SENATE SÉNAT

CANADA

First Session
Forty-second Parliament, 2015-16-17-18

Proceedings of the Standing Senate Committee on

FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE

Chair:
The Honourable A. RAYNELL ANDREYCHUK

Thursday, June 7, 2018
Thursday, June 14, 2018

Issue No. 48

Seventeenth and eighteenth meetings:

Study on the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters

WITNESSES:
(*See back cover*)

Première session de la
quarante-deuxième législature, 2015-2016-2017-2018

Délibérations du Comité sénatorial permanent des

AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL

Présidente :
L'honorable A. RAYNELL ANDREYCHUK

Le jeudi 7 juin 2018
Le jeudi 14 juin 2018

Fascicule nº 48

Dix-septième et dix-huitième réunions :

Étude sur l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes

TÉMOINS :
(*Voir à l'endos*)

54151-54179

STANDING SENATE COMMITTEE ON FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE

The Honourable A. Raynell Andreychuk, *Chair*

The Honourable Anne C. Cools, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

Ataullahjan	Housakos
Bovey	Massicotte
Cordy	Ngo
Dawson	Oh
* Day (or Mercer)	Saint-Germain
Greene	* Smith (or Martin)
* Harder, P.C. (or Bellemare) (or Mitchell)	* Woo (or Saint-Germain)

*Ex officio members

(Quorum 4)

Change in membership of the committee:

Pursuant to rule 12-5 and to the order of the Senate of November 7, 2017, membership of the committee was amended as follows:

The Honourable Senator Housakos replaced the Honourable Senator MacDonald (*June 1, 2018*).

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL

Présidente : L'honorable A. Raynell Andreychuk

Vice-présidente : L'honorable Anne C. Cools

et

Les honorables sénateurs :

Ataullahjan	Housakos
Bovey	Massicotte
Cordy	Ngo
Dawson	Oh
* Day (ou Mercer)	Saint-Germain
Greene	* Smith (ou Martin)
* Harder, C.P. (ou Bellemare) (ou Mitchell)	* Woo (ou Saint-Germain)

* Membres d'office

(Quorum 4)

Modification de la composition du comité :

Conformément à l'article 12-5 du Règlement et à l'ordre adopté par le Sénat le 7 novembre 2017, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

L'honorable sénateur Housakos a remplacé l'honorable sénateur MacDonald (*le 1er juin 2018*).

Published by the Senate of Canada
Available on the Internet: http://www.parl.gc.ca

Publié par le Sénat du Canada
Disponible sur internet : http://www.parl.gc.ca

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Thursday, June 7, 2018
(106)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Foreign Affairs and International Trade met this day at 10:29 a.m., in room 160-S, Centre Block, the chair, the Honourable A. Raynell Andreychuk, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Andreychuk, Ataullahjan, Bovey, Cools, Cordy, Dawson, Greene, Massicotte, Oh and Saint-Germain (10).

In attendance: Natalie Mychajlyszyn and Nadia Faucher, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also present: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, October 26, 2017, the committee continued its study on the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 34.*)

WITNESSES:

As individuals:

The Right Honourable Adrienne Clarkson (by video conference);

Susan Peterson d'Aquino, Member of the Board of Directors, The National Arts Centre Foundation.

Fédération culturelle canadienne-française:

Martin Théberge, President;

Marie-Christine Morin, Director General.

The Glenn Gould Foundation:

Roger Garland, President, Board of Directors;

Brian M. Levine, Executive Director.

KoSA Music:

Aldo Mazza, Founder and Artistic Director.

Pôles magnétiques, art et culture:

Esther Charron, Co-Founder and President (by video conference).

The chair made a statement.

Madame Clarkson, Mr. Garland, Mr. Levine, Mr. Théberge and Ms. Morin made statements and answered questions.

At 11:34 a.m., the committee suspended.

At 11:41 a.m., the committee resumed.

The chair made a statement.

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le jeudi 7 juin 2018
(106)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international se réunit aujourd'hui, à 10 h 29, dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable A. Raynell Andreychuk (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Andreychuk, Ataullahjan, Bovey, Cools, Cordy, Dawson, Greene, Massicotte, Oh et Saint-Germain (10).

Également présentes : Natalie Mychajlyszyn et Nadia Faucher, analystes, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 26 octobre 2017, le comité poursuit son étude sur l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 34 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

À titre personnel :

La très honorable Adrienne Clarkson; (*par vidéoconférence*)

Susan Peterson d'Aquino, membre du conseil d'administration, La Fondation du Centre national des Arts.

Fédération culturelle canadienne-française :

Martin Théberge, président;

Marie-Christine Morin, directrice générale.

La Fondation Glenn Gould :

Roger Garland, président, Conseil d'administration;

Brian M. Levine, directeur général.

KoSA Music :

Aldo Mazza, fondateur et directeur artistique.

Pôles magnétiques, art et culture :

Esther Charron, cofondatrice et présidente. (*Par vidéoconférence*)

La présidente fait une déclaration.

Mme Clarkson, M. Garland, M. Levine, M. Théberge et Mme Morin font des déclarations et répondent aux questions.

À 11 h 34, la séance est suspendue.

À 11 h 41, la séance reprend.

La présidente fait une déclaration.

Mr. Mazza and Ms. Charron made statements and answered questions.

At 12:49 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

M. Mazza et Mme Charron font des déclarations et répondent aux questions.

À 12 h 49, la séance est levée jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, Thursday, June 14, 2018
(107)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Foreign Affairs and International Trade met this day at 10:33 a.m., in room 160-S, Centre Block, the chair, the Honourable A. Raynell Andreychuk, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Andreychuk, Bovey, Cools, Cordy, Dawson, Greene, Housakos, Massicotte, Ngo and Oh (10).

Other senator present: The Honourable Senator Cormier (1).

In attendance: Natalie Mychajlyszyn, Nadia Faucher and Marion Ménard, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also present: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, October 26, 2017, the committee continued its study on the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 34.*)

WITNESSES:

Orchestre Métropolitain:

Jean R. Dupré, President and CEO.

Embassy of France to Canada:

Brigitte Proucelle, Cultural and Scientific Counsellor.

Emily Carr University of Art and Design:

Ron Burnett, President and Vice-Chancellor (by video conference).

Coup de cœur francophone:

Alain Chartrand, General Manager and Artistic Director.

The chair made a statement.

Mr. Burnett, Mr. Dupré and Ms. Proucelle made statements and answered questions.

At 11:38 a.m., the committee suspended.

At 11:42 a.m., the committee resumed.

The chair made a statement.

OTTAWA, le jeudi 14 juin 2018
(107)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international se réunit aujourd'hui, à 10 h 33, dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable A. Raynell Andreychuk (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Andreychuk, Bovey, Cools, Cordy, Dawson, Greene, Housakos, Massicotte, Ngo et Oh (10).

Autre sénateur présent : L'honorable sénateur Cormier (1).

Également présentes : Natalie Mychajlyszyn, Nadia Faucher et Marion Ménard, analystes, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 26 octobre 2017, le comité poursuit son étude sur l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 34 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

Orchestre Métropolitain :

Jean R. Dupré, président-directeur général.

Ambassade de France au Canada :

Brigitte Proucelle, conseillère de coopération et d'action culturelle.

Université d'art et de design Emily Carr :

Ron Burnett, président et vice-chancelier. (*Par vidéoconférence*)

Coup de cœur francophone :

Alain Chartrand, directeur général et artistique.

La présidente fait une déclaration.

M. Burnett, M. Dupré et Mme Proucelle font des déclarations et répondent aux questions.

À 11 h 38, la séance est suspendue.

À 11 h 42, la séance reprend.

La présidente fait une déclaration.

Mr. Chartrand made a statement and answered questions.

At 12:13 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

M. Chartrand fait une déclaration et répond aux questions.

À 12 h 13, la séance est levée jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

La greffière du comité,

Marie-Ève Belzile

Clerk of the Committee

EVIDENCE

OTTAWA, Thursday, June 7, 2018

The Standing Senate Committee on Foreign Affairs and International Trade met this day at 10:29 a.m. to study the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters.

Senator A. Raynell Andreychuk (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: Honourable senators, this committee has been authorized by the Senate to study the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters.

Under this mandate, the committee is pleased to continue its study with some very eminent witnesses. Before I turn to them, I would ask the senators to introduce themselves.

[*Translation*]

Senator Saint-Germain: I am Raymonde Saint-Germain from Quebec. Good morning.

[*English*]

Senator Bovey: Pat Bovey, Manitoba.

Senator Cordy: Jane Cordy, Nova Scotia.

Senator Oh: Victor Oh, Ontario.

Senator Greene: Stephen Greene, Nova Scotia.

The Chair: I'm Raynell Andreychuk from Saskatchewan, chair of the committee.

Before us in this panel is the Right Honourable Adrienne Clarkson, who is no stranger to this chamber. Welcome. I hope you can hear me.

Rt. Hon. Adrienne Clarkson, as an individual: I can, Senator Andreychuk. It's a pleasure to see you again.

The Chair: Thank you. And from the Glenn Gould Foundation we have Brian M. Levine, Executive Director, and Roger Garland, President, Board of Directors. Accompanying them is Susan Peterson d'Aquino, Member of the Board of Directors, The National Arts Centre Foundation and a member of the Glenn Gould Foundation.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le jeudi 7 juin 2018

Le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international se réunit aujourd'hui, à 10 h 29, pour étudier l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes.

La sénatrice A. Raynell Andreychuk (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

La présidente : Honorables sénateurs, le comité a reçu l'autorisation du Sénat d'étudier l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes.

En vertu de ce mandat, le comité est heureux de poursuivre son étude en accueillant des témoins très éminents. Avant de leur laisser la parole, je demanderais aux sénateurs de bien vouloir se présenter.

[*Français*]

La sénatrice Saint-Germain : Raymonde Saint-Germain, du Québec. Bonjour.

[*Traduction*]

La sénatrice Bovey : Pat Bovey, du Manitoba.

La sénatrice Cordy : Jane Cordy, de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Oh : Victor Oh, de l'Ontario.

Le sénateur Greene : Stephen Greene, de la Nouvelle-Écosse.

La présidente : Mon nom est Raynell Andreychuk, de la Saskatchewan, présidente du comité.

Nous accueillons aujourd'hui la très honorable Adrienne Clarkson qui connaît bien cette chambre. Nous vous souhaitons la bienvenue. J'espère que vous m'entendez.

La très honorable Adrienne Clarkson, à titre personnel : Je vous entends, sénatrice Andreychuk. Je suis heureuse de vous revoir.

La présidente : Merci. Nous accueillons également Brian M. Levine, directeur général, et Roger Garland, président, Conseil d'administration, La Fondation Glenn Gould, ainsi que Susan Peterson d'Aquino, membre du conseil d'administration, La Fondation du Centre national des Arts, à titre personnel.

We also have, from the Fédération culturelle canadienne-française, Martin Théberge, President, and Marie-Christine Morin, Director General.

Welcome to all of our witnesses. I'm going to take them in the order they are here. We often do that with video conferences because we sometimes lose the connections. It's safer to start and if we run into problems we can reconnect.

Welcome to the committee. I'm going to turn to the Right Honourable Adrienne Clarkson for opening remarks. I ask all witnesses that their interventions can be as short as possible because senators would like to place questions to you. Welcome to the committee; the floor is yours.

Ms. Clarkson: Thank you so much, Senator Andreychuk. It's a pleasure to appear before you and to give you an account of my passion, which I think most of you are aware of, for the relationship of culture to our national presence and identity both in Canada and abroad.

As Governor General, you are well aware that my state visits had enormous cultural impact and I took people with me on trips to places like Germany and Russia who were right out of the top of the cultural scene in Canada. Not only culture as singing, dancing, performing, writing and drama, but our general culture of what we are.

For instance, we make wine and that is part of our culture. We took two very prominent winemakers — one from Ontario and one from the Okanagan — to Germany with us and we exchanged visits with them, so subsequently they came back.

I believe there is an interchange that happens and what we are presenting to the world is what we know we are. But the world does not know what we are. We have to absolutely establish it for people. We have to say what it is that we are.

We took to Germany people like Paul Desmarais, who was actually very involved with Bertelsmann Publishing at that time. We took the filmmakers Atom Egoyan and Don McKellar and the playwrights Michel Marc Bouchard and Tompson Highway. They had all kinds of interesting and separate programs, as well as having the impact of their product.

We had showings for them, or readings or performances. The impact of this was Canada presenting itself in this way not only to governmental people; we had tremendous support and aid from the embassies who, I think, understand how important it is abroad to project ourselves as we really are.

Nous accueillons également Martin Théberge, président, ainsi que Marie-Christine Morin, directrice générale, Fédération culturelle canadienne-française.

Mesdames et messieurs les témoins, je vous souhaite la bienvenue. Les témoins prendront la parole dans l'ordre que je viens de les présenter. C'est souvent la façon dont nous procédons lorsque des témoins participent par vidéoconférence, car nous perdons parfois la connexion. Il est plus simple de procéder de la sorte. Ainsi, s'il y a des problèmes, nous pouvons rétablir la connexion.

Bienvenue au comité. Je vais laisser la parole à la très honorable Adrienne Clarkson afin qu'elle puisse nous présenter son exposé. Je demanderais à tous les témoins d'être aussi brefs que possible, car les sénateurs auront des questions à vous poser. Encore une fois, bienvenue au comité. Vous avez la parole.

Mme Clarkson : Merci beaucoup, sénatrice Andreychuk. Je suis heureuse de pouvoir témoigner devant le comité et vous parler de ce qui me passionne, la plupart d'entre vous le savent déjà, la relation entre la culture et notre présence et identité nationales, tant au Canada qu'à l'étranger.

Comme vous le savez très bien, en tant que gouverneur général, mes visites d'État avaient un impact culturel important. Lors de mes voyages en Allemagne et en Russie, notamment, j'ai invité des artistes très populaires de la scène culturelle canadienne, pas seulement des artistes du milieu de la chanson, de la danse, des arts de la scène, de la rédaction et de l'art dramatique, mais aussi de la culture en général.

Par exemple, nous fabriquons du vin, et le vin fait partie de notre culture. Lors d'une visite en Allemagne, nous avons invité deux vinificateurs très importants — l'un de l'Ontario et l'autre de l'Okanagan — et avons visité leurs installations. Donc, ils ont répété l'expérience.

À mon avis, il se produit un échange et dans le cadre de cet échange, nous révélons au monde qui nous sommes. Le monde ignore qui nous sommes. Nous devons absolument le lui montrer. Nous devons l'exprimer.

Nous avons invité avec nous, en Allemagne, des gens comme Paul Desmarais qui jouait un rôle très important chez Bertelsmann Publishing à l'époque. Nous avons invité les cinéastes Atom Egoyan et Don McKellar, ainsi que les dramaturges Michel Marc Bouchard et Tompson Highway. Chacun offrait quelque chose d'intéressant et de distinct et avait un impact dans son milieu.

Nous avons organisé pour eux des expositions, séances de lecture ou représentations. C'est ainsi que le Canada se présentait, mais pas seulement au monde gouvernemental; à mon avis, les ambassades comprennent également à quel point il est important de présenter qui nous sommes à l'étranger et, à cet égard, elles nous ont apporté un soutien et une aide incroyables.

I wanted to carry that on. It's not enough to say we can do that if you're the Governor General and you can take people with you to Chile or Argentina. We did the same things in Chile, Argentina, Iceland and Finland. We can do that. I think it's very important to understand we have a message here to give. We can't leave our embassies alone to do it. We have a cultural outreach. There is tremendous interest in our educational processes, et cetera. We have to understand that we, from here, can bring it out, too, to the world.

Je souhaitais poursuivre ce travail. Il ne suffit pas de dire que c'est possible lorsqu'on est gouverneure générale d'inviter des gens lors de nos voyages au Chili ou en Argentine. D'ailleurs, nous avons fait les mêmes choses au Chili, en Argentine, en Islande et en Finlande. C'est possible. Je crois qu'il est très important pour nous de comprendre que nous avons un message à transmettre. Nous ne pouvons laisser nos ambassades s'en charger seules. Nous avons une portée culturelle. Nos processus éducatifs, notamment, suscitent beaucoup d'intérêt. Nous devons comprendre que nous pouvons également transmettre tout cela au reste du monde à partir d'ici.

Culture is the thing that defines us as Canadians. We have our own culture in English, we have our own culture in French and we have Aboriginal culture. Then we have the culture that has gotten mixed into all three of those from people who have come from other places. The nature of Canada is such that we feel transformation happens when people immigrate to this country. Nobody is the same when they come here as they would have been had they stayed in the Ukraine, or in Italy, Syria or China.

La culture, c'est ce qui nous définit en tant que Canadiens. Nous avons des cultures anglophone, francophone et autochtone. À celles-ci s'ajoutent les cultures que nous apportent les immigrants. La nature du Canada est telle que nous avons l'impression que la transformation s'opère lorsque les étrangers immigrent ici. Tous ceux qui immigrent au Canada, qu'ils viennent de l'Ukraine, de l'Italie, de la Syrie ou de la Chine, sont différents de qui ils auraient été s'ils étaient restés dans leur pays.

They may keep their language. They may keep their food. They may keep all kinds of good things they remember. Coming to Canada, the space of Canada, the way of life of Canada and the climate of Canada changes everybody and gives them that chance to transform. Therefore, our culture is a transformed culture while it has its roots in all these different places and things.

Ils continuent peut-être à utiliser leur propre langue et à manger leurs aliments traditionnels. Ils gardent peut-être en souvenir toutes sortes de choses. Toutefois, l'espace canadien, le mode de vie et le climat canadiens les changent et les transforment. Donc, notre culture est une culture transformée, puisqu'elle tire ses racines de différents endroits et de différentes choses.

I think it's very important. I have considered it to be important as I have carried on after being Governor General. I founded, with John Ralston Saul, the Institute for Canadian Citizenship, which has a number of on-the-ground programs that are very concrete, one of which is the Cultural Access Pass. This was bred out of my longing, basically, to know how many people would go to museums and cultural attractions if they were given the chance: if they didn't feel they had to dress up for it or feel they waited a generation until they spoke perfect English to go to the Royal Ontario Museum, with its name, just as an example, or the National Arts Centre. How do you feel do you belong in those places?

Je crois que c'est très important. Depuis la fin de mon mandat comme gouverneure générale, je continue de croire que c'est important. Avec l'aide de John Ralston Saul, j'ai créé l'Institut pour la citoyenneté canadienne qui compte plusieurs programmes très concrets sur le terrain, dont le Laissez-passer culturel. Ce laissez-passer est né essentiellement de mon envie de savoir combien de personnes iraient aux musées et attractions culturelles s'ils en avaient l'occasion, et s'ils n'avaient pas l'impression de devoir revêtir leurs plus beaux habits ou de devoir attendre de s'exprimer parfaitement en anglais avant de visiter le Musée royal de l'Ontario, avec un nom pareil, par exemple, ou le Centre national des Arts. Comment peuvent-ils savoir qu'ils y sont chez eux?

Culture is a way of making people feel they belong. It's the way in which they have access to what everybody else has access. Through that cultural bond, they become one. That's what binds us together as a nation.

La culture est une façon d'aider les gens à se sentir chez eux. C'est une façon de leur donner le même accès qu'ont tous les autres. Grâce à ce lien culturel, ils forment un tout. C'est ce qui les unit à notre nation.

At the Institute for Canadian Citizenship, which we started in 2006, one of the important programs that have had a huge success is the Cultural Access Pass. It allows new Canadians to explore, travel and discover Canada during their first year of citizenship. At every citizenship ceremony now in Canada — we have over 2,500 of them — new Canadians have access to go online and join up for one year to the Cultural Access Pass,

Le Laissez-passer culturel est l'un des programmes de l'Institut pour la citoyenneté canadienne, créé en 2006, ayant connu le plus de succès. Il permet aux nouveaux Canadiens au cours de leur première année de citoyenneté de se déplacer sur notre territoire, d'explorer le Canada et de découvrir ce qu'il a à offrir. Lors de chaque cérémonie de citoyenneté tenue au Canada — il y en a plus de 2 500 —, des nouveaux Canadiens peuvent

which allows them free entry with families of up to four children to something like 1,400 cultural institutions across this country.

aller en ligne pour obtenir le Laissez-passer culturel d'une durée d'un an qui permet aux familles comptant jusqu'à quatre enfants d'entrer gratuitement dans quelque 1 400 institutions culturelles au pays.

It also gives them 50 per cent off on the lowest travel rate on VIA Rail, so they can get around the country. If you are an immigrant who is in Montreal, you can take the train, say, at half-rate, and you can go to Vancouver and use your pass at the Vancouver Art Gallery or the Museum of Anthropology. This has been in place for 10 years and has had enormous success. We have been really happy about how we have been able to deal with that.

Le Laissez-passer culturel leur permet également de profiter d'un rabais de 50 p. 100 sur le prix le moins élevé de VIA Rail pour visiter le pays. Par exemple, un immigrant qui s'installe à Montréal peut prendre le train à moitié prix pour se rendre à Vancouver et utiliser son laissez-passer pour visiter le Vancouver Art Gallery ou le Museum of Anthropology. Ce programme existe depuis 10 ans et a connu un succès retentissant. Nous sommes très heureux de pouvoir offrir un tel programme.

The Cultural Access Pass is a way in which we have made our numbers known. We have had more than 260,000 new citizens. We have had 40,000 new citizens participate each year. We are now getting to about 35 performing arts partners, like the Canadian Opera Company. They will put up, for instance, that they have 70 seats free for any given night for the opera. Within 30 seconds, all of those seats are filled and they are going to be free for people.

Le Laissez-passer culturel nous a permis de compiler certaines données. Nous avons accueilli plus de 260 000 nouveaux citoyens, et, chaque année, 40 000 d'entre eux participent à ce programme. Nous avons maintenant environ 35 partenaires du milieu des arts de la scène, comme la Compagnie d'opéra canadienne. La compagnie offre parfois des billets gratuits. Disons qu'elle offre, par exemple, 70 sièges gratuits pour une représentation en particulier. Eh bien, en moins de 30 secondes, les billets sont réclamés par des immigrants qui participent au programme.

This program is fully bilingual. We are celebrating our 10 years in progress right now. This Cultural Access Pass has had a tremendous influence on people in Europe, because they realize that they can do that.

Il s'agit d'un programme totalement bilingue. Nous célébrons 10 ans de progrès. Le Laissez-passer culturel a beaucoup d'influence en Europe; les gens en prennent de plus en plus connaissance.

Why we want to improve the Cultural Access Pass is we feel we would get more people if we could make it so they don't have to go and sit down at their computer and log in. What we're going to do is have a mobile app, which is launching in 2019, to maximize access, participation and engagement. We anticipate 100,000 users every year, dependent upon the government swear-in rate of 200,000 plus new citizens. That will be a heightened opportunity for all arts organizations.

Nous souhaitons améliorer le Laissez-passer culturel, car nous croyons pouvoir attirer plus d'immigrants à ce programme s'ils n'ont pas à aller s'inscrire sur un site web. Nous allons créer une application mobile qui sera disponible dès 2019 et qui permettra de maximiser l'accès, la participation et l'engagement. Nous nous attendons à accueillir chaque année 100 000 utilisateurs, en nous appuyant sur le taux d'assermentations du gouvernement qui s'élève à plus de 200 000 nouveaux citoyens chaque année. Cela sera profitable pour toutes les organisations artistiques.

We are working with the Department of Canadian Heritage and we have had funding privately for this, as well.

Nous travaillons avec Patrimoine canadien et avons également reçu des fonds du secteur privé.

We have a penetration of 94 per cent of new Canadians on the smartphone. We are terribly excited because we know we will be able to bring culture to people who have come from other places and who will know and be talking about the fact they have access.

Quatre-vingt-quatorze pour cent des nouveaux Canadiens utilisent un téléphone intelligent. Nous sommes très enthousiastes à l'idée de pouvoir faire découvrir notre culture à des gens d'ailleurs et qui pourront ensuite en parler à d'autres, car ils auront pu profiter de cet accès.

We have talked about this program abroad. People are very excited in places like England, in Britain, in France, and in Germany particularly.

Nous avons fait la promotion de ce programme à l'étranger. Le programme suscite beaucoup d'enthousiasme, surtout en Angleterre, en Grande-Bretagne, en France et en Allemagne.

One of the things we started at the institute is something called 6 Degrees Citizen Space, which is an international forum held every September for three days. It's designed to drive the global

L'institut a créé, entre autres, l'espace citoyen 6 Degrés, un forum international de trois jours qui se déroule en septembre, tous les ans. Ce forum est conçu pour encourager la conversation

conversation on citizenship and, therefore, inclusion, and belonging in the 21st century. Canada has been a huge success. My worry has always been that we don't know why. Because you don't know why something has happened to you, you are in danger —

The Chair: Ms. Clarkson, I have to interrupt you. This is probably the first time I have ever done this to a Governor General or a former Governor General. I apologize. We have one hour with two other panellists and the senators will want to ask questions. If we don't have all of your presentation, I would very much appreciate receiving it in a written form so that we have it on the record.

Ms. Clarkson: Certainly. I will do so.

The Chair: I will now turn to the Glenn Gould Foundation, Mr. Garland.

Roger Garland, President, Board of Directors, The Glenn Gould Foundation: It is a great honour to be able to appear this morning. It's something we feel very strongly about. This is a huge opportunity for Canada. It is also, in the world we live in, a world of uncertainty and competitiveness and something that we need to spend more of our time thinking about.

I'm going to turn it over to Brian to explain what the Glenn Gould Foundation does, what its mission is and how that relates to cultural diplomacy. Then I will step back in and wrap it up in a few minutes. Thank you very much.

Brian M. Levine, Executive Director, The Glenn Gould Foundation: Thank you. The Glenn Gould Foundation is a Canadian charity established in 1983. Our mission is to honour Glenn Gould's spirit and legacy by celebrating brilliance, promoting creativity and transforming lives through the power of music and the arts. Our reach is global, and that's made possible by the worldwide fame and iconic status that Glenn Gould enjoys around the world.

Our central focus is the coveted Glenn Gould Prize, Canada's most internationally significant honour for creative achievement presented to a person of any nationality who has enriched the human condition through the arts, with special emphasis on innovation and humanitarianism.

In addition, we are active around the world with numerous partnerships and creative collaborations. I took a count the other day and it was about 15 countries so far in which we have been active. In that capacity, we feel we proudly represent Canada.

mondiale sur la citoyenneté, ainsi que sur l'inclusion et l'appartenance au XXI[e] siècle. Le Canada connaît beaucoup de succès, mais nous ignorons pourquoi, ce qui m'a toujours inquiété. Si l'on ignore pourquoi, on risque…

La présidente : Madame Clarkson, je dois vous interrompre. C'est probablement la première fois que je dois interrompre une gouverneure générale en service ou ancienne gouverneure générale. Je suis désolée. Nous avons prévu une séance d'une heure avec deux autres témoins et les sénateurs voudront poser des questions. Si vous n'avez pas terminé, nous vous saurions très reconnaissants de nous fournir une copie écrite de votre exposé afin que nous puissions l'avoir dans notre dossier.

Mme Clarkson : Certainement. Je vous le ferai parvenir.

La présidente : Nous entendrons maintenant M. Garland de la Fondation Glenn Gould.

Roger Garland, président, Conseil d'administration, La Fondation Glenn Gould : C'est un grand honneur d'être ici aujourd'hui. Il s'agit d'un sujet qui nous tient beaucoup à cœur. C'est une occasion incroyable pour le Canada. Dans le monde actuel, il s'agit d'un dossier dans lequel il y a de l'incertitude et de la concurrence et sur lequel nous devons réfléchir davantage.

Je vais laisser la parole à Brian qui vous expliquera ce que fait La Fondation Glenn Gould, la mission de la fondation et le lien avec la diplomatie culturelle. Je reprendrai la parole dans quelques minutes pour terminer l'exposé. Merci beaucoup.

Brian M. Levine, directeur général, La Fondation Glenn Gould : Merci. La Fondation Glenn Gould est un organisme de bienfaisance enregistré établi au Canada en 1983. Notre mission est d'honorer l'esprit de Glenn Gould et l'héritage qu'il a laissé en célébrant le génie, en encourageant la créativité et en transformant des vies grâce au pouvoir de la musique et des arts. La fondation jouit d'une portée mondiale grâce à la renommée de Glenn Gould et au respect qu'il inspire dans le monde.

Notre travail tourne principalement autour du très convoité prix Glenn Gould, la plus importante marque de reconnaissance internationale offerte au Canada pour une œuvre de création. Le prix est décerné à une personne, peu importe sa nationalité, qui a enrichi la condition humaine avec les arts et a incarné les valeurs de l'innovation et de l'humanitarisme.

De plus, la fondation joue un rôle actif dans un grand nombre de partenariats et de collaborations créatives. J'ai fait une recherche l'autre jour et trouvé environ 15 pays jusqu'à maintenant où nous sommes actifs. En cette capacité, nous croyons représenter fièrement le Canada.

More than 30 years of international experience has given us a bird's eye view of what cultural diplomacy can accomplish and also the areas where proactive policy and strategic investment are most needed.

The three key objectives, in our view, for cultural diplomacy are: One, to communicate a powerful, sophisticated message about Canada, its talents, values and identity to the world, both through presenting and hosting; two, to strengthen ties with allies and trading partners, and to reduce tensions and suspicions with other countries by fostering connections based on our shared humanity — effectively to undermine otherness; three, to expand trade and economic prosperity going well beyond promoting the creative industries themselves based on the promotion of a brand Canada so to speak, focused on concepts of openness, inclusivity, excellence, which we sometimes forget to underscore sufficiently, and innovation that elevates Canada's profile to new levels of global prominence.

What is our relative position in the world community? We obviously have a rich cultural legacy. We have incredible talent which is successful around the world. Yet, in our decades of experience, we have also seen that success does not automatically translate into a perception abroad of Canada as a leading creative nation. Nor has it supplanted an image based on wilderness and resource industries. We need to cultivate a new up-to-date image to advance the objectives that we suggested earlier, because, frankly, there are many persistent stereotypes.

I think you'll see a picture, which I took on the streets of Paris last year. It indicates how some of these things die hard and are not consistent with what we want to promote in the knowledge economy. I ask you, if this is what they think of us, would you buy your biotech, your artificial intelligence programming or make other high-tech investments with that man?

Why is this? Well, first of all, there has been a decline in the institutional framework needed to build the global consciousness that creates a direct connection between the works of our creators and the nation that fostered them. What is needed is an underlying continuous — I underscore "continuous" — Canadian narrative that we can all get behind. Without that continuity of narrative, what we are really left with is one-off presentations abroad. Those can vary, particularly in the 24-hour news cycle, and can be forgotten very quickly while those long-standing stereotypes endure.

How do we stack up against other nations? Well, Japan has the Japan Foundation. Britain has the British Council. There is the Alliance Française and the Goethe Institut. We don't have

Notre expérience internationale de plus de 30 ans nous donne une bonne idée générale de ce que la diplomatie culturelle peut accomplir et des domaines dans lesquels les politiques et investissements stratégiques sont les plus nécessaires.

Nous voyons trois objectifs clés pour la diplomatie culturelle canadienne : premièrement, communiquer au monde un message élaboré et éloquent sur le Canada, ses talents, ses valeurs et son identité, en participant à des événements et en en organisant; deuxièmement, renforcer les liens avec les alliés et les partenaires commerciaux, et réduire les tensions et les soupçons avec d'autres pays, en favorisant les rapports fondés sur une humanité commune pour contrer le sentiment d'altérité; et troisièmement, étendre la prospérité commerciale et économique bien au-delà des industries créatives en mettant en valeur la « marque Canada », qui mise sur les concepts d'ouverture, d'inclusion, d'excellence et d'innovation pour accroître l'influence du Canada sur la scène internationale.

Quelle est la position relative du Canada dans le monde? Nous jouissons de toute évidence d'un riche patrimoine culturel. Nous avons des talents incroyables qui connaissent du succès partout dans le monde. Pourtant, nos décennies d'expérience nous ont montré que ce succès ne se traduit pas par une perception du Canada dans le monde en tant que nation créative de premier plan. Ce succès n'a pas non plus su écarter la perception du Canada fondée sur la nature sauvage et les ressources naturelles. Nous devons cultiver une nouvelle image à jour pour faire avancer les objectifs que nous avons suggérés précédemment, car franchement, il y a de nombreux stéréotypes tenaces.

Je crois que vous allez voir une photo que j'ai prise dans les rues de Paris l'année dernière. Cela montre à quel point il est difficile de se défaire de certaines images qui ne correspondent pas à ce que nous voulons promouvoir à l'ère de l'économie du savoir. Je vous le demande. Si vous aviez cette image d'un pays, achèteriez-vous sa biotechnologie ou ses programmes d'intelligence artificielle? Feriez-vous d'autres investissements en haute technologie avec des personnes comme celle-là?

Pourquoi est-ce ainsi? Eh bien, premièrement, il y a eu un déclin au sein du cadre institutionnel nécessaire pour ancrer dans la conscience mondiale un lien direct entre les œuvres de nos créateurs et la nation qui a soutenu ces créateurs. Ce qu'il faut, c'est un message canadien sous-jacent et constant — j'insiste sur « constant » — qui peut nous unir tous. Sans cette constance du message, tout ce que nous avons, c'est l'envoi occasionnel d'artistes à l'étranger. Ils peuvent varier, en particulier compte tenu du cycle des nouvelles de 24 heures, et peuvent être rapidement oubliés alors que les stéréotypes de longue date perdurent.

Comment le Canada se compare-t-il à d'autres pays sur ce plan? Eh bien, le Japon a sa Japan Foundation. La Grande-Bretagne a son British Council. Il y a l'Alliance française et

anything equivalent. Maybe that's why our presence is lagging behind.

l'Institut Goethe. Nous n'avons rien d'équivalent. C'est peut-être ce qui explique que le Canada soit à la traîne.

We talked about a brand Canada. Are we matching the talk with policy, strategy and investments? Our written submissions provide other examples of what other nations are doing.

Nous avons parlé de la « marque Canada », mais cette discussion est-elle appuyée par des politiques, des stratégies et des investissements? Notre mémoire présente des exemples de ce que d'autres nations font.

We think there are some practical frameworks that can be used to build policy going forward. They are more fully spelled out in our written submissions. I would like to turn the chair back to Roger to give some perspective from a personal point of view.

Nous croyons qu'il est possible de miser sur des cadres pratiques pour établir des politiques à l'avenir. Notre mémoire en comporte une description plus détaillée. J'aimerais redonner la parole à Roger, qui vous présentera un point de vue plus personnel.

Mr. Garland: I think it's important to understand that perception is really reality in this world. The reality is the perception in the world of Canada's culture does not accord with what we actually have to offer. As Brian pointed out, I think part of the problem has been that we have not been in the game. Other nations have made culture a far more important marketing focus for their diplomacy. We are at a disadvantage in that we haven't properly created a framework within which our government operates and provided the adequate funding.

M. Garland : Je crois qu'il est important de comprendre que la perception est en fait la réalité, dans ce monde. La réalité, c'est que la perception que le monde a du Canada ne correspond pas à ce que nous avons vraiment à offrir. Comme Brian l'a souligné, nous avons ce problème en partie parce que nous ne nous sommes pas mobilisés. D'autres nations ont fait de la culture un enjeu marketing bien plus important pour leur diplomatie. Nous sommes désavantagés, car nous n'avons pas convenablement encadré la façon de fonctionner du gouvernement et fourni le financement nécessaire.

I read with interest a submission by Ambassador Kinsman last December to your committee. He made the same point when he was ambassador to Russia and to Italy, that funding was really an important part of what the missions do internationally.

J'ai lu avec intérêt le mémoire soumis à votre comité par l'ambassadeur Kinsman, en décembre dernier. Il a soutenu la même chose quand il était ambassadeur en Russie et en Italie : le financement est un élément vraiment important des réalisations des missions à l'étranger.

How do we change that? Perception has to be changed. Brian mentioned that ongoing, consistent message. I spent my business life with Four Seasons Hotels and developing a brand that became known internationally as the best quality hotel operation in the globe. That was because we unrelentingly focused on quality, consistency and made that the pillar of our image internationally. I think Canada has an opportunity to do exactly the same thing.

Comment pouvons-nous changer cela? La perception doit changer. Brian a mentionné le message uniforme et constant. J'ai consacré la partie de ma vie que j'ai consacrée au milieu des affaires à travailler avec les hôtels Four Seasons et à créer une marque qui est maintenant connue mondialement comme étant la meilleure entreprise hôtelière de qualité dans le monde. C'est parce que nous avons sans relâche mis l'accent sur la qualité et l'uniformité et que nous avons basé notre image internationale là-dessus. Je pense que le Canada a la possibilité de faire exactement la même chose.

The Glenn Gould Prize, which I represent through the Glenn Gould Foundation, actually does this every two years by awarding a prize. It is all detailed in the submission we left with you this morning. That creates an opportunity to focus on Canada as a leading proponent of outstanding creativity through the Canadian icon, Glenn Gould. I'll leave at that. We're happy to take your questions. Thank you.

C'est ce que fait en réalité le prix Glenn Gould, que je représente par l'intermédiaire de la Fondation Glenn Gould. Un prix est décerné tous les deux ans. Tout est décrit en détail dans le mémoire que nous vous avons remis ce matin. Cela permet au Canada d'attirer l'attention comme étant l'important promoteur d'une extraordinaire créativité en misant sur Glenn Gould, une icône canadienne. Je vais m'arrêter là. Nous serons ravis de répondre à vos questions. Merci.

The Chair: Thank you.

La présidente : Merci.

We will now turn to Fédération culturelle canadienne-française. Mr. Théberge, I think you are going to make the presentation.

C'est maintenant au tour de la Fédération culturelle canadienne-française. Monsieur Théberge, je crois que c'est vous qui allez présenter l'exposé.

[*Translation*]

Martin Théberge, President, Fédération culturelle canadienne-française: Good morning. Joining me is Marie-Christine Morin, Director General. Thank you for having us.

The Fédération culturelle canadienne-française, or FCCF for short, serves as the national voice of the arts and culture sector across Canada's francophone community, and works to inspire, mobilize and transform Canadians through arts and culture.

The FCCF network brings together seven national groups representing theatre, literature, song and music, media art and visual arts, 13 organizations committed to the development of arts and culture in 11 provinces and territories, a group of performing arts presentation networks and a community radio alliance.

With 22 members across Canada, the FCCF champions more than 3,125 artists and more than 150 organizations in over 180 French-speaking communities around the country. For more than 40 years, the FCCF has been promoting the artistic and cultural expression of francophone and Acadian communities.

It is worth noting that the FCCF belongs to the Canadian Arts Coalition and endorses all of the recommendations submitted by the coalition to the committee, in February, with respect to artist mobility, international taxation and artists' resale rights. In our remarks today, we will also speak on behalf of Canada's francophone community, with a view to encourage education, consistency and innovation in existing efforts and those to come.

Like many who have appeared before us, we are delighted with the government's recent investments in the cultural export strategy and the reestablishment of positions abroad to coordinate and facilitate networking opportunities. The FCCF believes in the merits of raising Canada's international profile and leveraging a network of culture advocates abroad to support us and showcase our cultural products. The planned export strategy is aimed at improving that presence.

In order for the network to be as effective as possible, advocates need geopolitical knowledge and an understanding of the economic conditions in potential partner countries and, especially, of the full range of Canada's cultural diversity. With that in mind, we would like to see stronger domestic cooperation among all partners.

In addition, the FCCF is of the view that training is a fundamental component in order for the cultural officers on the ground to be effective. Their success will hinge on their local

[*Français*]

Martin Théberge, président, Fédération culturelle canadienne-française : Bonjour. Je suis accompagné de Mme Marie-Christine Morin, qui est directrice générale. Je vous remercie de nous accueillir.

La FCCF est la voix nationale des arts et de la culture au sein de la francophonie canadienne. Elle a pour vision d'inspirer, de mobiliser et de transformer le Canada grâce aux arts et à la culture.

Son réseau rassemble sept regroupements nationaux en théâtre, en littérature, en chanson et musique, en arts médiatiques et en arts visuels, 13 organismes œuvrant pour le développement culturel et artistique dans 11 provinces et territoires du Canada, ainsi qu'un regroupement de réseaux de diffusion des arts de la scène et une alliance de radios communautaires.

Forte de son réseau de 22 membres à travers le Canada, la FCCF chapeaute plus de 3 125 artistes et plus de 150 organismes en provenance de plus de 180 communautés d'expression française partout au pays. Depuis 40 ans, elle fait la promotion de l'expression artistique et culturelle des communautés francophones et acadienne.

Dans un premier temps, nous tenons à préciser que la FCCF est membre de la Coalition canadienne des arts et appuie l'ensemble des recommandations qui vous ont été faites en février dernier, notamment en ce qui a trait à la mobilité des artistes, la fiscalité internationale et les droits de suite de l'artiste. Nous prendrons ainsi un autre angle dans notre allocution, celle de la francophonie canadienne pour alimenter nos propos. C'est pour lancer un appel à la sensibilisation, à la cohérence et à l'innovation dans les actions déjà posées et celles à venir.

Comme plusieurs qui sont passés avant nous l'ont souligné, nous nous sommes aussi réjouis des investissements récents du gouvernement dans la stratégie d'exportation culturelle et la remise sur pied de postes à l'étranger pour assurer une coordination des actions de réseautage. En ce sens, nous croyons au bien-fondé de renforcer notre présence à l'étranger, d'être accueillis et mis en valeur par un réseau de porte-paroles de la culture à l'étranger. La stratégie d'exportation a prévu cette présence.

Pour maximiser les retombées de ce réseau, il faut des connaissances géopolitiques, de la situation économique des partenaires potentiels et surtout une connaissance du milieu culturel canadien dans toute sa diversité. Dans cette optique, nous souhaitons une collaboration accrue entre les différents partenaires ici au Canada.

Nous sommes également d'avis que la formation des agents culturels en poste est une composante fondamentale. Leurs profondes connaissances du terrain et des occasions qui

expertise and in-depth knowledge of emerging opportunities. We dream of the day when these officers participate in our events and welcome our artists. It will then be our turn to welcome them and share the talent and creativity of Canada's francophone artists. Together, we could dream big and collaborate on initiatives to introduce and showcase the full scope of cultural diversity our community has to offer.

The poet Charles Leblanc wrote that we are all strangers to someone else. Canada's francophone arts and culture sector is endeavouring to be less of a stranger and enhance its international exposure.

Marie-Christine Morin, Director General, Fédération culturelle canadienne-française: As far as Canada's francophone community is concerned, it is clear that we must work harder to promote our imagination and creativity in order to compete both at home and abroad. Looking outwards towards other cultures sometimes means focusing on smaller niche markets.

If Canada chooses to build its export strategy solely around marquee events and major international shows and fairs, then we will not necessarily be able to participate because we lack the resources and relevance enjoyed by our majority counterparts. We miss opportunities to discover and be discovered. Mainly, we are unable to address the asymmetry of needs specific to Canada's francophone community, which appeals to different markets, including English-speaking markets, which, although smaller, are just as promising for certain industries.

The arts and culture sector across Canada's francophone community has one wish. It wishes for the resources to build a strategy aimed at promoting its artists on the world stage, a strategy that takes its unique needs into account. What is more, such a strategy could include efforts to promote the French language on a broader level. The current modernization of the Official Languages Act is a golden opportunity to address that dimension as well.

Mr. Théberge: Digital technology is one of the key elements in an effective cultural diplomacy strategy. There is near virtual consensus that today's digital environment provides a wealth of opportunity when it comes to disseminating and producing our cultural products and interacting with people both at home and abroad.

We must not, however, lose sight of the fact that the considerations around digital participation are many and complex. With content production and access at the heart of the forward-looking digital discussion, we must come up with business models that adequately recognize and value the work done by artists and creators.

émergent seront garantes de leur succès. Nous rêvons du jour où ces agents participeront à nos événements et viendront à la rencontre de nos artistes. À notre tour, nous les accueillerons et nous partagerons avec eux le talent et l'imaginaire de nos artistes de la francophonie canadienne. Ensemble, nous pourrons rêver et forger nos collaborations et ainsi faire valoir et faire découvrir l'envergure de cette diversité culturelle présente sur l'ensemble de notre territoire.

Charles Leblanc, un poète, a écrit ceci : « On est toujours l'étranger de quelqu'un d'autre. » Le secteur des arts et de la culture en francophonie canadienne tend la main pour être un peu moins l'étranger et mieux rayonner à l'étranger.

Marie-Christine Morin, directrice générale, Fédération culturelle canadienne-française : En ce qui concerne la francophonie canadienne, force est de constater que nous devons redoubler d'imagination et de créativité pour nous tailler une place de choix ici et à l'échelle internationale. Pour avoir ce regard croisé vers d'autres cultures, nous devons parfois chercher dans des marchés parfois plus petits et plus ciblés.

Si la stratégie d'exportation que le Canada se donne s'articule uniquement autour des grands événements ou de grandes foires internationales, nous ne sommes pas toujours au rendez-vous, faute de moyens, faute de pertinence. Nous passons à côté d'occasions de découvrir et de se faire découvrir. Nous nous retrouvons surtout dans l'incapacité de répondre à l'asymétrie des besoins de la francophonie canadienne qui rejoint des marchés différents, des marchés anglophones peut-être moins grands, mais tout aussi porteurs pour certaines industries.

Le secteur des arts et de la culture de la francophonie canadienne émet un souhait, soit de lui donner des ressources pour se doter d'une stratégie de promotion de ses artistes à l'échelle internationale qui tiendrait compte de ses besoins spécifiques. Qui plus est, cette stratégie pourrait inclure des actions plus élargies en lien avec la promotion de la langue française. La modernisation de la Loi sur les langues officielles qui se prépare est une occasion en or de se pencher sur cet élément aussi.

M. Théberge : Parmi les éléments clés qui constituent une stratégie efficace pour la diplomatie culturelle, notons la dimension numérique. Presque tout le monde s'entend pour dire que l'environnement numérique dans lequel nous évoluons est riche en possibilités pour diffuser, produire et interagir avec nos interlocuteurs d'ici et d'ailleurs.

Mais rappelons-nous que les enjeux entourant la dimension numérique sont nombreux et complexes. Si l'accès et la production du contenu sont au cœur de la réflexion sur l'avenir de la dimension numérique, nous nous devons de développer des modèles d'affaires qui mettent en valeur et savent reconnaître la valeur du travail des artistes et des créateurs de manière adéquate.

We must also keep in mind that today's digital and online landscape pushes us to innovate at every level, especially with respect to partnerships. With the advent of digital platforms, cultural diplomacy is no longer limited to the government. It calls for concerted action and the involvement of new players in order for that action to bear fruit. We agree with the Canada Council for the Arts on this issue. Regardless of the digital cultural diplomacy strategy adopted, it is paramount that Global Affairs Canada maintain an ongoing dialogue with artists. We hope to contribute to that informative dialogue and an enhanced focus on connections and networking. Thank you. We would be happy to answer any questions you have.

Nous devons également nous rappeler que ce paysage numérique et virtuel nous pousse à innover sur tous les plans, notamment du côté des partenariats novateurs. Avec la diplomatie culturelle numérique, le champ d'action n'est donc plus exclusif à l'État. Il interpelle à la concertation de nos actions et nécessite d'inclure de nouveaux joueurs pour que ces actions soient porteuses. Nous rejoignons les propos du Conseil des arts du Canada à ce sujet. Peu importe la stratégie de diplomatie culturelle numérique retenue, il est crucial qu'Affaires mondiales Canada maintienne le dialogue avec les artistes. À cet égard, nous souhaitons faire partie de ce dialogue instructif, de ces efforts accrus de connexion et de réseautage. Je vous remercie de votre écoute. Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

[*English*]

Senator Bovey: I would like to thank all of you for your presentations.

Your Excellency, I want to thank you for the tremendous catalyst you have been, not just for the arts in Canada, but Canada abroad. Having been part of one of the trips you did 15 years ago, it was there that we heard Ed Burtynsky, one of Canada's treasures, make a wonderful presentation. Indeed, I was in London, as my colleagues know, just a few weeks ago, and it was from posters on the lampposts there that I learned he was receiving the planet's most prestigious award. I did not learn it in Canada, which I found very sad. I got there in time and could celebrate with him.

When we hear the very compelling comments, perception is reality, we know what we are, we have been a big success but don't know why, and John Ralston Saul wrote that Canada's profile abroad is largely its culture. I want to take all of that and put it in another way.

We heard from Nicholas Cull the other day, a professor from the University of Southern California. He talked about how important Canadian artists are. We saw that with the Governor General's Awards the other night. We should be a very proud nation. As he said, no one really knows they're Canadian.

Taking that line and taking a look at the importance of cultural diplomacy, how do we take these magnificent artists — who are known and not known, who are emerging and experienced — and cherish the fact they are Canadian? How does cultural diplomacy link with all other aspects of Canada abroad? Not just a silo of the arts. How does it integrate to the various layers of Canadian society as it projects itself internationally?

[*Traduction*]

La sénatrice Bovey : Je tiens à vous remercier tous de vos exposés.

Votre Excellence, je vous remercie d'agir comme un incroyable catalyseur pour les arts, non seulement au Canada, mais également à l'étranger. J'ai participé à l'un des voyages que vous avez faits il y a 15 ans, et c'est à cette occasion que nous avons entendu un des trésors canadiens, Ed Burtynsky, se produire sur scène. Comme mes collègues le savent, il y a quelques semaines seulement, à Londres, j'ai appris en voyant des affiches collées sur des lampadaires qu'on lui décernait le prix le plus prestigieux de la planète. Je n'ai pas appris cela au Canada, ce que je trouve très triste. J'ai pu m'y rendre à temps et célébrer avec lui.

Nous entendons ces propos très convaincants : la perception, c'est la réalité. Nous savons qui nous sommes, nous avons beaucoup de succès, mais nous ne savons pas pourquoi. John Ralston Saul a écrit que le rayonnement du Canada à l'étranger s'appuie surtout sur sa culture. Je veux prendre tout cela et le présenter d'une autre façon.

L'autre jour, Nicholas Cull, un professeur de l'University of Southern California, nous a présenté son témoignage. Il a parlé de l'importance des artistes canadiens. Nous avons vu cela avec les prix décernés par la gouverneure générale, l'autre soir. Nous devrions être très fiers, en tant que nation. Comme il l'a dit, personne ne sait vraiment qu'ils sont des Canadiens.

Compte tenu de cela et de l'importance de la diplomatie culturelle, comment pouvons-nous nous réjouir du fait que ces magnifiques artistes sont des Canadiens — qu'ils soient connus ou non; émergents ou expérimentés? Comment peut-on établir un lien entre la diplomatie culturelle et tous les autres aspects du Canada à l'étranger, plutôt que de cloisonner les arts? Comment cela s'intègre-t-il aux diverses couches de la société canadienne alors que celle-ci cherche à se faire valoir sur la scène internationale?

Ms. Clarkson: Do we intervene just by speaking?

The Chair: I would ask the senators to direct whom you would like to answer your questions.

Senator Bovey: Anyone, but starting with our former Governor General and then Mrs. Peterson d'Aquino with her work on the Governor General's Awards and the work she has been doing internationally.

Ms. Clarkson: I think, Senator Bovey, the whole thing about how successful our artists are in the world and in Canada, in the cultural world, can be built on with the sense if you know that Ed Burtynsky will have a show in Great Britain, then you should build on that. You don't have to start from zero. You already have this person.

If you have Atom Egoyan being featured at the London Film Festival, as he was some eight years ago, you don't have to say, "Gee, have you ever heard of a guy named Atom Egoyan who makes these queer films?" You have it built for you, so you build on that. Therefore, your staff in the embassy should be — and they have always been, in my opinion. They have just been underfunded drastically or there has been no policy. We really should build on that.

Atom Egoyan is going to be at the Berlin International Film Festival. He's either going to be a juror or he has a film in there, whatever. How can we build on that? How can we then have a mini festival of his films? How can we get him into — not only interviews in papers. That's always being done by the public affairs office. That's not what counts. You want to get him into other things so he penetrates the culture of that country.

Our 6 Degrees Citizen Space have been invited abroad to do our citizen space, which is about belonging, culture and identity. We have been invited to The Hague, where we had a successful time. We have just been to St. Gallen, Switzerland. We have been invited to Berlin in November. Where are we going? We're going to the Barenboim-Said centre, which is the finest concert hall built by Frank Gehry. It just opened a year ago.

It has the most perfect acoustics. That's where we will hold it and have cultural events.

Embassies are working closely with us to expand and prepare the ground. Any time the embassy knows something is coming, build around it. Nobody goes out there alone. In culture, people who know, know. You want more people to know and say "that's Canadian" and "that's what Glenn Gould represents." How many times have we who live abroad been told, "Oh, is Glenn Gould Canadian? I thought he was from the States." Let's

Mme Clarkson : Pouvons-nous juste prendre la parole pour répondre?

La présidente : Je vais demander aux sénateurs de préciser à qui leurs questions s'adressent.

La sénatrice Bovey : N'importe qui, mais nous pouvons commencer par notre ancienne gouverneure générale, suivie de Mme Peterson d'Aquino, avec le travail qu'elle accomplit concernant les Prix du Gouverneur général et son travail à l'échelle internationale.

Mme Clarkson : Sénatrice Bovey, je pense qu'on peut miser sur toute la question du succès de nos artistes dans le monde et au Canada, dans l'univers culturel. Par exemple, si vous savez qu'Ed Burtynsky va se produire en Grande-Bretagne, il faut miser là-dessus. Il n'est pas nécessaire de partir à zéro. Vous avez déjà cette personne.

Si Atom Egoyan est en vedette au London Film Festival, comme cela s'est produit il y a environ huit ans, vous n'avez pas à dire : « Avez-vous déjà entendu parler d'un type qui s'appelle Atom Egoyan et qui fait des films? » Vous devez miser là-dessus. Par conséquent, votre personnel à l'ambassade devrait le faire — et je suis d'avis qu'ils l'ont toujours fait. C'est juste qu'on a gravement réduit leur financement et qu'il n'y a pas de politique. Nous devrions vraiment miser là-dessus.

Atom Egoyan sera au festival international du film de Berlin. Il y sera comme juge, ou parce qu'il y présente un film, peu importe. Comment pouvons-nous miser là-dessus? Comment pouvons-nous alors tenir un mini festival où ses films seraient présentés? Comment pouvons-nous... Pas seulement avec des entrevues dans les journaux. C'est ce que fait toujours le bureau des affaires publiques. Ce n'est pas ce qui compte. Vous voulez l'intégrer dans d'autres choses, afin d'assurer la pénétration de la culture du pays.

L'espace citoyen 6 Degrés a été invité à l'étranger pour présenter notre espace citoyen, axé sur le sentiment d'appartenance, la culture et l'identité. Nous avons été invités à La Haye, où nous avons remporté un beau succès. Nous revenons de Saint-Gall, en Suisse. Nous avons été invités à Berlin en novembre. Où irons-nous? Nous irons au centre Barenboim-Said, soit la plus belle salle de concert bâtie par Frank Gehry. Elle vient d'ouvrir, il y a un an.

L'acoustique y est parfaite. C'est là que nous serons, et nous y tiendrons des manifestations culturelles.

Les ambassades travaillent en étroite collaboration avec nous afin de faire de la place et préparer le terrain. Chaque fois que l'ambassade apprend qu'un événement s'en vient, elle doit miser là-dessus. Personne ne doit rester seul. En culture, les gens qui sont au courant savent ce qu'il y a. Vous voulez que plus de gens sachent, et disent : « C'est canadien ». « Voilà ce que Glenn Gould représente. » Combien de fois nous, qui vivons à

show Glenn Gould's Toronto film in that context. When you see how attached he was to his country, to his geography and to the things that made him what he was — growing up in the Beaches in Toronto. These are the things you build on. You don't pretend it doesn't exist.

l'étranger, avons-nous entendu des gens dire : « Oh! Glenn Gould était Canadien? Je pensais qu'il était Américain. » Montrons-leur le film *Glenn Gould's Toronto*, dans ce contexte. Quand vous voyez à quel point il était attaché à son pays, à sa géographie et aux choses qui ont fait de lui ce qu'il était, comme grandir dans le quartier The Beaches de Toronto. Ce sont les choses sur lesquelles il faut miser. Il ne faut pas faire comme si cela n'existait pas.

In the past, I've been discouraged. When I was doing the only cultural program CBC ever did for about 50 years — I'm not kidding, because I did it after 25 years of them doing nothing, and I did it for 12 years. There isn't anything now.

J'ai ressenti du découragement par le passé. Quand j'animais la seule émission culturelle de CBC en environ 50 ans… Je ne blague pas, parce que je l'ai fait pendant 12 ans, après qu'ils aient passé 25 ans sans rien faire. Il n'y a rien en ce moment.

The other thing we are missing is the CBC, when it was doing cultural programming, would be involved in an organization called MIPCOM, which was the whole of public broadcasting in all the world and would exchange programs with very little money changing hands. We would be able to introduce them, cut them up and inter-produce them. That's the thing we are now missing out on completely. We have no access to other people's cultures that way to bring them in and also promote ours. The number of shows we put forward to them was tremendous, particularly in music and visual arts. Now we have no entry into that whatsoever. In a changing digital world, we are not going to.

L'autre chose qui manque à CBC, c'est que, à l'époque où il y avait une émission culturelle, elle participait à une organisation appelée MIPCOM. C'était une organisation réunissant tous les diffuseurs publics à l'échelle du monde, et il y avait des échanges d'émissions à très peu de frais. Nous pouvions les présenter, les réarranger et les produire. C'est la chose à côté de laquelle nous passons complètement. Nous n'avons aucun accès aux autres cultures, et nous ne pouvons pas promouvoir la nôtre. Le nombre d'émissions que nous leur soumettions était impressionnant, particulièrement en musique et dans les arts visuels. Maintenant, nous n'avons aucun accès à cela. Le monde numérique évolue, mais pas nous.

Susan Peterson d'Aquino, Member of the Board of Directors, The National Arts Centre Foundation, as an individual: How one interweaves cultural diplomacy with other diplomacy — I know you have had witnesses from Global Affairs Canada as well as Canadian Heritage. I'm sure they can tell you it used to work better in our embassies abroad than it has of late, although things are being beefed up a bit. I can't see there's any other way to do that except to make it a priority and keep at it. We are a G7 country. We are rich not just economically, comparatively speaking, but culturally as well. Culture can and should be a powerful part of our diplomacy.

Susan Peterson d'Aquino, membre du conseil d'administration, La Fondation du Centre national des Arts, à titre personnel : La façon d'entremêler la diplomatie culturelle à d'autres formes de diplomatie… Je sais que vous avez entendu des témoins d'Affaires mondiales Canada, ainsi que de Patrimoine canadien. Je suis sûre qu'ils peuvent vous dire que cela fonctionnait mieux avant, dans nos ambassades, même si on a un peu étoffé les choses. Je ne vois aucune autre façon de faire cela, si ce n'est d'y accorder la priorité et de persister. Nous sommes un pays du G7. Nous sommes riches sur le plan économique, comparativement parlant, mais aussi sur le plan culturel. La culture peut et doit être un élément ferme de notre diplomatie.

You and I were both at the Governor General's Performing Arts Awards on Saturday. One of the things that struck me is our Governor General talked about the launch of the Voyager 1 40 years ago and told us it is now 12.5 billion kilometres from Earth and still sending back signals. What she did not mention was that on the Voyager 1, there is something called The Golden Record. It is called The Sounds of Earth. It exists in case any life out there ever finds it. There are 27 recordings chosen to be the best of human musical civilization. There is one Canadian among the 27, and that is Glenn Gould playing Bach, which is amazing.

Vous et moi, nous étions toutes les deux à la cérémonie des Prix du Gouverneur général pour les arts du spectacle, samedi dernier. L'une des choses qui m'ont frappée, c'est que notre gouverneure générale a parlé du lancement de Voyager 1, il y a 40 ans, soulignant qu'il se trouve maintenant à 12,5 milliards de kilomètres de la Terre et qu'il continue de nous envoyer des signaux. Ce qu'elle n'a pas mentionné, c'est que, dans Voyager 1, il y a le disque d'or, sur lequel sont enregistrés les sons de la Terre. Il existe au cas où une forme de vie extraterrestre le trouverait. On y trouve 27 enregistrements choisis comme étant ce que la civilisation humaine a produit de meilleur en musique. Parmi les 27 enregistrements, il y a celui d'un Canadien, et c'est Glenn Gould, qui joue Bach, ce qui est formidable.

Canada has to know its own stories better in order to tell them. Certainly, the Glenn Gould Prize is an international prize with an international jury from around the world. Jessye Norman is the latest to be honoured. The Glenn Gould Foundation is now poised to make that really big on the world stage, akin to the Nobel Prize, but these would be in the arts.

Le Canada doit lui-même mieux connaître ses propres histoires pour pouvoir les relater. Le prix Glenn Gould est certainement un prix international décerné par un jury international dont les membres sont de partout dans le monde. Jessye Norman est le dernier à avoir été honoré. La Fondation Glenn Gould est maintenant prête à faire de ce prix quelque chose de vraiment gros sur la scène internationale — un peu comme le prix Nobel, mais pour les arts.

There is a lot going on. Someone said, "It's a rebirth of these things." Things like this could really take off.

Il se passe beaucoup de choses. Quelqu'un a dit : « C'est une renaissance. » Les choses de ce genre pourraient vraiment prendre de l'ampleur.

I'd like to tell you one story, because I think it's fascinating to show what one person can do for international relations through culture. This is Canada-Russia relations, where things are not always easy.

J'aimerais vous raconter une histoire, car je crois qu'il est fascinant de montrer ce qu'une personne peut faire pour les relations internationales, grâce à la culture. Nous parlons des relations entre le Canada et la Russie, qui ne sont pas toujours faciles.

Bob Kaszanits was Director of Museum Services at the National Gallery for some time in the 1990s. Five Picassos were stolen from the Sternberg Palace in Prague. The Czech government asked him to come over and tell them how they could better protect their artwork. This led to a call from the Russian Embassy. He was asked to go to the Hermitage in Saint Petersburg and tell them how to protect their artwork, not just from theft but from sunlight. He was there for 10 years modernizing the museum's operations. Putin asked him to go back and keep doing this.

Bob Kaszanits a été le directeur des services du Musée des beaux-arts, pendant un certain temps, dans les années 1990. Cinq œuvres de Picasso ont été volées au Palais Sternberg de Prague. Le gouvernement tchèque lui a demandé de venir et de leur dire comment mieux protéger leurs œuvres d'art. Cela a mené à un appel de l'ambassade de la Russie. On lui a demandé de se rendre au Musée de l'Ermitage de Saint-Pétersbourg pour leur dire comment protéger leurs œuvres d'art, non seulement du vol, mais du soleil. Il y a passé 10 ans à moderniser les opérations du musée. Poutine lui a demandé d'y retourner et de poursuivre son travail.

This did amazing things for Canada-Russia relations. Putin presented him with the Presidential Award for Distinguished Service, which I think only one other Canadian has ever received. This has the potential to still turn around Canada-Russia relations.

L'effet sur les relations entre le Canada et la Russie a été formidable. Poutine lui a décerné le prix du président pour service distingué, et je crois qu'un seul autre Canadien l'a reçu. Cela pourrait encore avoir des effets positifs sur les relations entre le Canada et la Russie.

This is an extraordinary gift Canada gave to Russia. What did they do in return? They have loaned amazing works of art to Canadian museums. There's one person who really put Canada on the map and helped with relations with Russia.

C'est un cadeau extraordinaire que le Canada a donné à la Russie. Qu'ont-ils fait en retour? Ils ont prêté de magnifiques œuvres d'art à des musées canadiens. Une personne a vraiment fait connaître le Canada et a contribué aux relations avec la Russie.

Senator Massicotte: Thank you to all of you. We are honoured to have you here this morning. You have all done so much for Canada and for culture. We can be forever thankful.

Le sénateur Massicotte : Merci à vous tous. C'est pour nous un honneur de vous accueillir, ce matin. Vous avez tous tant fait pour le Canada et pour la culture. Nous vous en sommes éternellement reconnaissants.

Maybe because of my business background, I have a prejudice, if you wish, where if you want to achieve great things, you have to define what your objective is and develop a plan. Maybe what I see from the government is a sprinkling of money, a little bit everywhere. I'm not sure there is a cohesive plan. I have immense difficulty finding out what we spend for cultural diplomacy.

C'est peut-être parce que j'ai été dans les affaires, mais j'ai un préjugé selon lequel vous devez définir votre objectif et concevoir un plan, si vous voulez accomplir de grandes choses. Peut-être que ce que je vois, au gouvernement, c'est du saupoudrage d'argent, un peu n'importe où. Je ne pense pas qu'il y ait de plan cohérent. J'ai énormément de difficulté à cerner nos dépenses en matière de diplomatie culturelle.

I appreciate your approach, Mr. Levine and Mr. Garland. You say if you rank us relative to our performance, we're not doing well. You have a solution or tool to try to get us there.

Could you start with the first point? How did you gauge the fact we are not doing so well relative to our efforts? Many witnesses have said if it's food or anything that comes from Canada that a lot of people have a strong impression of it being healthy or good. Our bread is quite good; we maybe don't know why. Could you help me with that issue?

Mr. Levine: I'm going to rely on a couple of anecdotes, and this is from experiences of just last year.

Our organization co-presented, partnered or participated in the Canada 150/Glenn Gould eighty-fifth birthday projects around the world — in eight countries. Particularly since it was tied to the Canada 150, we found the level of resources we were able to secure for international presentations related to the country was almost non-existent. Finally, I believe the funds flowed after Canada Day — there was a fund opened up at Global Affairs to allow embassies to apply for funding to have projects related to Canada 150. My understanding is it was under less than $2 million divided among all 170 plus of our missions.

Earlier in the year, we were involved in a project in Havana with one of leading performing arts ensembles in the country. They did three Glenn Gould/Canada 150 concerts sprinkled throughout the year. We asked the embassy if they could provide us with funding to capture the first concert on video. They had none. I complained before the second one and asked them if he couldn't do something. After some hemming and hawing, they told us that, with a little built of juggling of categories, they might be able to come up with $100 for piano tuning.

We put on an exhibition of art photography in conjunction with the Verviers festival last year, one the most important music and arts festivals in Europe, and one where there's a lot of money. Switzerland repeatedly has a few dollars. These are places we want to show ourselves well. I asked the festival director, a Canadian, if he had gone to the Canadian embassy to seek some funding to help with the presentation.

He said, "Yes, I spoke to them and they told us that what they could offer us was three Muskoka chairs with Canada 150 logos on loan." I have several other examples.

Je comprends votre approche, messieurs Levine et Garland. Vous dites que si vous nous évaluez en fonction de notre performance, ce n'est pas très bon. Vous avez une solution ou un outil qui pourrait nous aider à y parvenir.

Pourriez-vous commencer par le premier point? Comment avez-vous déterminé que nos résultats ne sont pas bons, par rapport à nos efforts? De nombreux témoins ont dit que s'il s'agit d'aliments ou d'autres produits qui viennent du Canada, bien des gens ont la forte impression que c'est sain ou bon. Notre pain est très bon; nous ne savons peut-être pas pourquoi. Pouvez-vous m'aider à comprendre?

M. Levine : Je vais m'appuyer sur quelques anecdotes, et ce sont des expériences récentes de l'année passée.

Il y a eu des initiatives à l'échelle du monde pour souligner le 150^e^ anniversaire du Canada et le 85^e^ anniversaire de Glenn Gould — dans huit pays —, et notre organisation en a coprésenté, en a présenté en partenariat ou a participé à la réalisation de certaines des activités. Surtout parce que c'était lié au 150^e^ anniversaire du Canada, nous avons constaté qu'il n'y avait presque pas de ressources pour nos présentations à l'étranger mettant le Canada en vedette. Enfin, je crois que les fonds ont été versés après la fête du Canada; Affaires mondiales a ouvert un fonds et les ambassades ont pu demander du financement pour des projets visant à célébrer le 150^e^ anniversaire du Canada. Si j'ai bien compris, il y avait moins de 2 millions de dollars répartis entre nos missions, dont le nombre dépasse les 170.

Au début de 2017, nous avons participé à un projet à La Havane, avec l'une des principales troupes d'artistes au pays. Ils ont présenté au cours de l'année trois spectacles célébrant Glenn Gould et le 150^e^ anniversaire du Canada. Nous avons demandé à l'ambassade si elle pouvait nous fournir du financement pour que nous puissions enregistrer le premier concert sur vidéo, mais elle n'avait pas de fonds pour cela. Je me suis plaint avant le deuxième concert et leur ai demandé s'ils pouvaient faire quelque chose. Après maintes tergiversations, ils nous ont dit que, en jouant un peu avec les catégories, ils pourraient peut-être nous trouver 100 $ pour l'accordage de piano.

L'année dernière, nous avons monté une exposition de photographie d'art, à l'occasion du festival de Verviers, l'un des plus importants festivals de musique et d'art en Europe, où l'argent coule à flots. La Suisse ne manque jamais d'argent. Voilà des endroits où nous voulons nous montrer à notre avantage. J'ai demandé au directeur du festival, un Canadien, s'il avait cherché à obtenir un coup de pouce financier de l'ambassade canadienne.

Il m'a répondu qu'on lui avait offert de lui prêter trois fauteuils Muskoka portant le logo du 150^e^ anniversaire du Canada. Je pourrais vous donner plusieurs autres exemples.

Senator Massicotte: The answer I'm getting is not enough money. I'm not convinced if we increase the money from the mass sprinkling we will achieve a result or that we can measure the result.

Mr. Levine: That's my second point. It's something we developed a bit in our written presentation. It has to be focused. First, we have many national objectives related to arts and culture, hence the increase in funding to the Canada Council. What we are talking about, however, is how we communicate our message abroad. This has implications that are diplomatic and are about business and prosperity.

I'd like to propose that at least some thought be given to this in terms of marketing, specifically marketing our country around the world. We should approach it as we would marketing a very valuable brand — brand Canada. We do things that are occasional and on an opportunistic basis; that is, as the opportunity arises. As I suggested, that is unfocused, not strategic, not based on a plan and tends not to have a lasting impact. It's good for the artists and a variety of other considerations, but as far as branding our country it gets forgotten.

We need, first, a clear understanding of the message. That message needs to be based on what our international partners, and in some cases adversaries, will respond to. That is, not necessarily the domestic message but what they value.

For example, since we have the president of France here, he spent 10 years studying to become a classical pianist. He cares about that. We have Glenn Gould. There are 16 million classical piano students in China. We have Glenn Gould. This is a bit of a self-serving example, but you can see the point. We may not have a booming market for classical piano in our country, so we may assume that we don't want to present that abroad. However, we have the greatest classical pianist of the last 100 years and around the world people love that. Let's focus on messages we think will have uptake abroad. Then spend strategically and be continuous in the messaging so it won't be forgotten.

Senator Massicotte: Given your experience, is there any comment on what you have seen on the inside and from the outside?

The Chair: We will have to shorten questions and answers because I have a long list.

Ms. Peterson d'Aquino: It's difficult within government to get people together to get a decision that it's a priority and then get everyone working from the same hymn sheet. But it's worth the effort. It can be done. You have to know what the hymn sheet is, as others have said. It can be done, but it's not easy. It takes more than one champion to say, "This is important. We can do it. We will do it. Let's figure out how."

Le sénateur Massicotte : La réponse qu'on me sert est qu'il n'y a pas assez d'argent. Je ne suis pas convaincu que si nous augmentons le saupoudrage nous obtiendrons un résultat ou que nous pourrons le mesurer.

M. Levine : C'est ce que je voulais ensuite dire. Nous en avons parlé plus en détail dans notre mémoire. Il faut une convergence. D'abord, nous avons beaucoup d'objectifs nationaux pour les arts et la culture, d'où l'augmentation du financement accordé au Conseil des arts du Canada. Cependant, ce que nous voulons savoir, c'est comment faire entendre notre message à l'étranger. Avec une dimension diplomatique, il parle d'affaires et de prospérité.

Je voudrais vous amener à au moins réfléchir un peu à l'aspect marketing, plus particulièrement celui de notre pays dans le monde entier. Nous devrions faire comme pour le marketing d'une marque très précieuse — la marque Canada. Nous agissons au hasard des circonstances, quand l'occasion se présente. Comme je l'ai dit, ça n'a rien de planifié, de stratégique ou de convergent, et l'effet est plutôt éphémère. C'est bon pour les artistes et c'est bon aussi pour une foule d'autres motifs, mais l'image de marque de notre pays ne laisse pas de souvenir durable.

Il faut d'abord que le message soit clairement compris, un message qui doit se fonder sur la réaction de nos partenaires internationaux et, parfois, nos rivaux. Il parle de ce qu'ils estiment, sans nécessairement s'adresser aux Canadiens.

Par exemple, le président de la France, qui est ici, a étudié 10 ans pour devenir pianiste classique. Cela ne l'indiffère pas. Nous avons Glenn Gould. Seize millions de Chinois étudient le piano classique. Nous avons Glenn Gould. C'est un exemple complaisant, mais vous voyez où je veux en venir. Comme notre pays n'est peut-être pas un marché effervescent pour le piano classique, on peut supposer que nous ne voudrons pas insister là-dessus à l'étranger, mais nous avons le plus grand des pianistes classiques des 100 dernières années, et aimé dans le monde entier. Insistons sur des messages qu'on entendra à l'étranger. Ensuite, dépensons de façon stratégique et répétons continuellement le message pour qu'il soit retenu.

Le sénateur Massicotte : Étant donné votre expérience, avez-vous des observations sur ce que vous avez vu de l'intérieur et de l'extérieur?

La présidente : Il faut écourter les questions et les réponses, parce que la liste est longue.

Mme Peterson d'Aquino : Dans l'administration publique, la mobilisation pour décider une priorité puis obtenir une action concertée est difficile, mais l'effort en vaut la peine. C'est possible. Il faut connaître la chanson, comme d'autres l'ont dit. C'est possible, mais ce n'est pas facile. Il faut plus qu'un champion pour dire que c'est important, que c'est faisable, qu'on l'accomplira et pour nous inciter à trouver un moyen.

Senator Massicotte: Thank you.

The Chair: We will try to get as many witnesses in as we can before our summer recess. I'm going to plead with everyone to shorten things up. I still have three senators who want to ask questions and one on a second round.

Senator Ataullahjan: Thank you all for your presentations this morning.

Mr. Garland, you briefly touched on comparisons to other countries in terms of cultural diplomacy. What are some of the best practices we could learn from them? What do you think of the government's funding and some of the initiatives they have to promote cultural diplomacy?

Mr. Garland: Well, I'm not perhaps as qualified as Brian to respond to that question. I'd like to point out, however — and this is a marketing plan; this is about creating culture Canada as a brand — from my experience that, as Senator Massicotte said, it's necessary to establish a business plan and then execute it and stick with it over time.

It was easier, in our business developing luxury hotels around the world, to run up a flag and the identity between Canada and luxury, quality product was quite clear. It's a little harder to do in the area of culture.

I'd also like people to think more broadly than the artists and what we currently think of as artistic achievement. This is about creativity and innovation. This is what our country is desperately anxious to develop. It expands beyond tech and goes into medicine and biochemistry and a lot of things. If Canada develops a reputation through the arts and culture to be a centre of creativity and innovation, I think that will help us in a vast array of areas.

As to the specific question, I'm not sure I can comment.

Mr. Levine: We cite the example of the Great Britain program, which I think was a successor to the "Cool Britannia" program launched in 2012 by the U.K. to inspire the world to think and feel differently about the U.K. now and in the future and demonstrating that it is the best nation to visit, invest in, trade and study. It is active in 144 countries through 252 diplomatic posts and was budgeted at £113 million and the British equivalent of the Auditor General has estimated it will generate £1.6 billion per annum in direct and indirect economic benefits to the U.K.

That's the only best practices example I will give you because we have proposed we throw best practices out the window in formulating this because we are talking about creativity and best practices, which is polling what other people are doing and then, in one way or another, adapting or emulating it. We should create something wholly original that reflects Canada. We should

Le sénateur Massicotte : Merci.

La présidente : Nous essayerons d'entendre le maximum de témoins avant le congé d'été. Je vous en supplie, il faut abréger. Encore trois sénateurs veulent poser des questions, et un autre attend le deuxième tour.

La sénatrice Ataullahjan : Je vous remercie tous pour vos exposés.

Monsieur Garland, vous avez rapidement comparé le Canada à d'autres pays sur le plan de la diplomatie culturelle. Quelles sont les pratiques exemplaires dont nous pourrions nous inspirer? Que pensez-vous du financement de l'État et de certaines de ses initiatives de promotion de la diplomatie culturelle?

M. Garland : Je ne suis peut-être pas aussi compétent que Brian pour répondre. Toutefois, comme il s'agit d'un plan de marketing, pour faire de Culture Canada une marque, je voudrais faire remarquer que, d'après mon expérience et comme le sénateur Massicotte l'a dit, un plan stratégique s'impose et, en s'en tenant à lui, il faut l'exécuter.

C'était plus facile, dans notre secteur de création d'hôtels de luxe dans le monde entier, de hisser un drapeau. La relation entre le Canada et un produit de qualité et de luxe sautait aux yeux. C'est moins évident dans le domaine culturel.

Il faudrait aussi réfléchir à l'artiste dans un sens plus large et à la notion actuelle de réalisation artistique. C'est une question de créativité et d'innovation. C'est ce que notre pays est terriblement désireux de développer. Cela dépasse la technologie, ça embrasse la médecine, la biochimie et beaucoup d'autres secteurs. Si, par les arts et la culture, le Canada se taille une réputation de centre de créativité et d'innovation, je pense que ça nous aidera dans une large gamme de domaines.

Quant à votre question, je ne suis pas sûr de pouvoir y répondre.

M. Levine : Nous citons l'exemple du programme britannique qui, je pense, succédait au programme « Cool Britannia », lancé en 2012 pour changer désormais l'image du Royaume-Uni et les sentiments à son endroit et montrer que c'était le meilleur pays à visiter et où investir, commercer et étudier. Ce programme roule dans 144 pays, grâce à 252 missions diplomatiques et il bénéficiait d'un budget de 113 millions de livres sterling. L'homologue britannique du vérificateur général a estimé qu'il engendrera pour 1,6 milliard de livres par année de profits directs et indirects pour l'économie du Royaume-Uni.

C'est le seul exemple de pratique exemplaire que je vous donnerai, parce que nous avons proposé d'oublier les pratiques exemplaires pour la formulation de cette initiative, qui se fonde sur la créativité, alors que les pratiques exemplaires impliquent adaptation et imitation. Nous devrions créer quelque chose d'entièrement original, à l'image du Canada, imaginer nous-

use our creative minds to come up with a plan and not try to be like others because that will ensure we keep occupying that comfortable middle-of-the-pack ground.

I know we all love best practices because it gives us easy cover, but this is time for boldness, courage and originality, kind of like Glenn Gould.

Senator Ataullahjan: We have a special Minister of Innovation now so maybe there is hope.

Senator Cordy: Thank you to all the witnesses. You make me excited about cultural diplomacy. Maybe we'll send you all around the world talking about Canada and cultural diplomacy.

Going back to Senator Massicotte's question, I guess that's where I am. I see the Department of Canadian Heritage sprinkling money — that's the term he used and that was a good term — so everybody gets a bit but nobody really gets to do anything together and have organizations pull together.

Ms. Clarkson, when we talk about cultural identity of Canada, you said people think Glenn Gould is an American. I'm sure there are many other Canadian stars that people think are American because, unfortunately, many go to the United States to make money, really.

I want to talk about the brand Canada. Do we have a brand Canada? If we don't, how do we develop a brand?

Mr. Garland, you spoke about being in private industry and business and developing a strategy and business plan. I think maybe that's what we need for the arts community and culture and arts is to develop a business plan. If we are going to market the arts in Canada and people involved in the industry, then we need a plan.

In case the chair cuts me off, I'll ask my second question at the same time.

This study started by Senator Bovey is a great start. It's certainly an eye-opener for me. I'm learning about the importance of cultural diplomacy and how to market Canada through the arts. We will be writing a report after we hear all our witnesses and we will be making recommendations to the government. Right now we have silos. We have Global Affairs Canada, Heritage Canada and who knows what other government agencies working in isolation. How do we pull them together? How do we make a brand Canada? What would your recommendations be for us to put in a report?

Mr. Garland: That's a big question. If you're looking for short answers, I'm not sure that will be easy.

mêmes le plan sans essayer de copier autrui, parce que, sinon, nous sommes sûrs de rester confortablement derrière le peloton de tête.

Je sais que nous adorons tous les pratiques exemplaires, parce qu'elles offrent une sorte de refuge facile, mais le temps est maintenant venu de l'audace, du courage et de l'originalité, un peu comme Glenn Gould.

La sénatrice Ataullahjan : Nous avons un ministre spécial de l'Innovation. Peut-être y a-t-il de l'espoir.

La sénatrice Cordy : Merci à tous les témoins. Vos propos sur la diplomatie culturelle m'emballent. Peut-être vous enverrons-nous autour du monde en messagers du Canada et de sa diplomatie culturelle.

Je pense être restée accrochée à la question du sénateur Massicotte. Je vois le ministère du Patrimoine canadien saupoudrer de l'argent — selon sa belle image — pour que chacun en obtienne un peu, mais sans susciter la collaboration ni la coordination des efforts.

Madame Clarkson, sur l'identité culturelle du Canada, vous avez dit que Glenn Gould passait pour être Américain. C'est le cas de beaucoup d'autres étoiles canadiennes, j'en suis sûre, parce que, malheureusement, beaucoup doivent s'exiler aux États-Unis pour gagner de l'argent. C'est vrai.

Parlons de la marque Canada. Existe-t-elle? Sinon, comment créer une marque?

Monsieur Garland, vous avez parlé du fait d'être dans le secteur privé, d'affaires et de l'élaboration d'une stratégie et d'un plan stratégique. C'est peut-être ce dont la communauté artistique, la culture et les arts ont besoin : un plan stratégique. S'il faut commercialiser les arts au Canada et y mobiliser l'industrie, c'est indispensable.

Au cas où la présidente m'interromprait, je pose tout de suite ma deuxième question.

Cette étude entreprise par la sénatrice Bovey est un bon début. Elle m'ouvre certainement les yeux. J'apprends l'importance de la diplomatie culturelle et comment commercialiser le Canada grâce aux arts. Après avoir entendu tous les témoignages, nous rédigerons un rapport dans lequel nous formulerons des recommandations pour le gouvernement. Il faut abattre les cloisons qui entourent des organismes de l'État comme Affaires mondiales Canada, le ministère du Patrimoine canadien et qui sait quels autres. Comment les faire agir en coordination? Comment créer une marque Canada? Que recommanderiez-vous que nous mettions dans le rapport?

M. Garland : Grande question! Si vous voulez des réponses courtes, je ne suis pas certain que ce sera facile.

The one thing that applies in business and in this case, it has to, as has been said more than once this morning, be consistent long-term and relentlessly applied. That means going through different governments, different policies, different economic times. There has to be a basic plan in place. Even if it can vary up and down over time, there has to be focus on creating knowledge and creative industry that's identified with Canada.

Le point commun qui s'applique aux affaires et à la situation est, comme je l'ai répété ce matin, la nécessité d'être constant et de s'appliquer sans relâche. Cela signifie s'adresser à différents gouvernements, s'adapter à différentes politiques et aux différentes époques économiques. Il faut un plan de base. Même s'il peut devoir être révisé de temps à autre, il faut se focaliser sur la création de connaissances et sur une industrie créatrice qui est identifiée au Canada.

I don't know exactly what that looks like. The basic message for me would be the government has to make this a priority and look at it as they would sending spaceships to the moon and create a fundamental framework. The artists and the artistic and cultural community are anxious to participate.

Je ne sais pas exactement à quoi ça ressemble. Le message de base, d'après moi, serait que le gouvernement doit s'en faire une priorité et le considérer comme s'il envoyait des navires spatiaux vers la lune et comme s'il créait un système fondamental. Les artistes et la communauté artistique et culturelle tiennent à y participer.

The Glenn Gould Foundation is there. We exist and operate year in and year out.

La Fondation Glenn Gould est là. Nous existons et nous fonctionnons année après année.

The artists are out there. If you look at what Soulpepper Theatre Company did in New York last summer, we got almost no funding. I was part of Soulpepper. We raised money to do that ourselves.

Les artistes sont là. Voyez ce que la compagnie théâtrale Soulpepper a fait à New York, l'été dernier. Nous n'avions presque pas de financement. J'en faisais partie. Nous avons trouvé des capitaux pour le faire nous-mêmes.

There has to be a way of putting this in place.

Il doit bien exister un moyen.

Ms. Peterson d'Aquino: I read the testimony Jeremy Kinsman gave. You've heard from lots of people. I found it was interesting. He was saying there are people who know the arts world and the connections there, and you have Foreign Affairs officers abroad, and they don't. You have to get the two of them linked together.

Mme Peterson d'Aquino : Je lis le témoignage de Jeremy Kinsman. Vous avez entendu beaucoup de témoins. Je l'ai trouvé intéressant. Il disait que des gens connaissent le monde artistique avec qui ils entretiennent des relations, tandis que vous avez, à l'étranger, des agents des Affaires étrangères, ce qu'eux n'ont pas. Il faut apparier les deux.

If we're talking about cultural diplomacy and using it outside the country, which is what all this is about, the embassies abroad have to be knowledgeable and act as facilitators. We have to have people who can make connections and know what is going on in Canada.

Si nous discutons de diplomatie culturelle, pour nous en servir à l'étranger, ce qui est bien son rôle, les ambassades à l'étranger doivent s'y connaître et agir comme catalyseurs. Il faut des entremetteurs au courant de l'actualité canadienne.

There are so many embassies around the world that you can't do this everywhere. One would have to, in putting together a plan, have priorities and good reasons for them. There will always be wonderful happenstance things that come along, and you have to have people on the ground in embassies who are agile and have some money at their disposal and can help make this stuff happen.

Il y a tellement d'ambassades dans le monde qu'on ne peut pas le faire partout. Il faut, en élaborant un plan, se donner des priorités et bien les motiver. Le hasard finit toujours par bien faire les choses en certains endroits. Il faut alors sur place, dans les ambassades, des esprits agiles, armés de budgets et capables de faire aboutir les projets.

It will require something going on in our embassies abroad in order to be in a position to welcome opportunities that other people bring to their attention, as well as then get to know their own bailiwick well enough that they can be movers in their own right.

Il faudra positionner nos ambassades à l'étranger pour qu'elles puissent profiter des occasions que des tiers porteront à leur attention et, ensuite, il faudra qu'elles parviennent à bien connaître le domaine de leur ressort pour prendre elles-mêmes des initiatives.

Ms. Clarkson: Could I intervene for a moment and answer this?

Mme Clarkson : Puis-je intervenir un moment et répondre?

The Chair: Very quickly. I have two more questioners.

La présidente : Très rapidement. Nous avons deux autres intervenants.

Ms. Clarkson: I don't think it can be done just by the embassies or just by a particular group that wants to push certain things. There has to be a government attempt to promote what we are and make that the brand. Make that the thing that we are so we can understand in Canada what we are being promoted as abroad and that people will recognize us in a different and surprising way. That goes right through our tourism films and everything.

When I was agent general for Ontario, we were putting out films that show beautiful lakes. I said, "Why doesn't anyone swim in them?" They said to me, "Because no one abroad thinks that we swim in our lakes. They're too cold." I said, "You are supposed to break that. Show people jumping into the lakes. You are supposed to break the images of what we are." As Brian said, the British, they don't have the federal system, and they can do one thing at one time, but the "Cool Britannia" idea, we could have "Cool Canada." We are very cool. Now is a wonderful time to do our kind of culture, bilingual, creative, all of that in the world. We have never had as golden an opportunity to reach the world as now.

[*Translation*]

Mr. Théberge: It is odd that we are talking about Canadian culture, when the cultural products of a Red River Metis artist, an Acadian artist or an anglophone artist from Toronto would not be presented in the same way. When Gillette launches a new razor, it studies the market that razor is being targeted to. We recommend creating a multi-stakeholder working group, one that could include artists, young people and even newcomers. The idea would be to entrust individuals who represent the full spectrum of Canada's communities with the development of strategies aimed at promoting our artists and cultural products. The strategies would be tailored to the markets for those products. It's time to stop, as you said, sprinkling the money around, and to adopt product- and market-specific strategies.

Senator Saint-Germain: My question is for Ms. Morin and Mr. Théberge. We are very much in agreement on this. When we talk about Brand Canada in French, we refer to Marque Canada or Enseigne Canada. Since we began this study, I have noticed that French and Canada's francophone culture are at a disadvantage when it comes to Canadian cultural diplomacy. They are at a disadvantage because, all too often, their reach is limited to the international francophone community.

I think that, more and more, we need to set our sights on the broader international market. We need to spend time and energy leveraging our potential to target promising markets so that we can raise our visibility at international marquee events, which are multilingual, after all. It is therefore essential that Canadian diplomacy take a more inclusive approach to the languages and

Mme Clarkson : Je ne crois pas que ça puisse se faire uniquement par les ambassades ou par un groupe particulier qui veut faire bouger certaines choses. Le gouvernement doit essayer de nous promotionner et en faire la marque. Et le faire pour que les Canadiens comprennent que c'est eux qu'on promotionne à l'étranger et pour qu'on nous reconnaisse d'une façon différente et surprenante. Cela passe directement par nos films touristiques et tout le reste.

Quand j'étais agente générale de l'Ontario, nous produisions des films qui montraient des lacs magnifiques. J'ai demandé : « Pourquoi personne ne s'y baigne? » Réponse : parce que personne, à l'étranger, ne pense que nous le faisons, l'eau est trop froide ». Ma réponse : « Vous êtes censés nous débarrasser de ça; montrez des gens qui sautent à l'eau. Vous êtes censés casser notre image ». Comme Brian l'a dit, les Britanniques n'ont pas de système fédéral et ils peuvent faire une chose à un certain moment, mais l'idée de « Cool Britannia » n'éveille-t-elle pas celle du « Canada cool ». Nous sommes très cool. C'est maintenant le moment propice de manifester notre culture, notre bilinguisme, notre esprit créatif, tout ça dans le monde entier. Jamais encore l'occasion n'a été si belle d'y rayonner.

[*Français*]

M. Théberge : Il est étrange que l'on parle d'une culture canadienne alors qu'un artiste métis de la rivière Rouge, un artiste acadien et un artiste anglophone de Toronto ne seront pas présentés comme produit culturel de la même façon. Quand Gillette lance un nouveau rasoir, il va étudier le marché où ce produit sera adapté. On proposerait de développer un groupe de réflexion qui réunirait une multitude d'intervenants, que ce soit des artistes, des jeunes ou de nouveaux arrivants. Il s'agirait d'une panoplie représentative de la communauté canadienne qui pourrait, elle, développer une ou des stratégies de promotion de nos artistes et de nos produits culturels, et qui seraient adaptés au marché vers lequel ces produits seront vendus. Il faut arrêter, comme vous l'avez dit, de saupoudrer du financement partout et d'avoir des stratégies ciblées selon les produits et les marchés.

La sénatrice Saint-Germain : Ma question s'adresse à Mme Morin et à M. Théberge. Nous sommes vraiment en convergence de vues. En fait, Brand Canada, en français, c'est la Marque Canada, c'est Enseigne Canada, et c'est aussi Label Canada. Depuis le début de nos travaux, je constate que la langue et les cultures francophones du Canada sont les enfants pauvres de la diplomatie culturelle canadienne. Les enfants pauvres parce que, trop souvent, ils sont confinés à la francophonie internationale.

Je pense qu'il faut de plus en plus miser gros sur le marché international. Il faut consacrer les énergies et les efforts à ce qui est porteur, à ce qui nous permettra de rayonner lors des grands événements internationaux qui sont, de toute façon, multilingues. En ce sens, il faut absolument que la diplomatie canadienne soit davantage ouverte aux langues et aux cultures spécifiques au

cultures unique to Canada. We live in a multicultural society, and that will help us gain more ground internationally.

Recommendations will have to be provided to Global Affairs Canada. You proposed a working group, anticipating the question. I'd like to hear your thoughts on other possible solutions.

[*English*]

As well, our colleagues, anglophones and the Right Honourable Adrienne Clarkson have some pragmatic ways to work together with all Canadian artists that are successful around the world in order to have a real Canada brand that would be multicultural and a brand for all Canadians.

[*Translation*]

Mr. Théberge: As I mentioned, a single brand for all of Canada strikes me as a bit odd, fundamentally speaking, so I think multiple strategies could be developed.

There are artists like Joseph Edgar, who records in the Czech Republic, and the group BAM, which works in Asia. That is already happening.

Canada also has a few examples of targeted measures that have proven fairly successful, taking available resources into account, and they could serve as models. A strategy for promoting Acadian artists on the international stage, Stratégie de promotion des artistes acadiens sur la scène internationale, comes to mind, as does the Initiative de promotion de l'industrie musicale francophone de l'Ontario, which seeks to promote Franco-Ontarian music. Both are measures we could look to for guidance in terms of how to support Canada's francophone artists.

No doubt Quebec and English-speaking Canada have their own initiatives as well. I think it would be a good idea to create a working group to come up with market-specific strategies that could be put in place. The focus should be, not just on what artists have to offer, but also on what appeals to target markets, what they like. Market studies would help identify Canadian cultural products best suited to a particular market.

I think a working group would be an inclusive way to come up with concrete solutions fairly quickly in order to pack the best punch, if you will. The effort could start there.

[*English*]

The Chair: I'm not going to ask questions, because we have run out of time. I will make one comment at the end and give Senator Bovey and Senator Massicotte a chance to put in a question, and maybe we can have quick answers. I don't want to stop the dialogue. We are having a fruitful dialogue.

Canada. Nous sommes dans un contexte multiculturel. Cela nous permettrait de percer davantage le marché mondial.

Il faudrait émettre des recommandations au ministère des Affaires mondiales. Vous avez parlé d'un groupe de réflexion, vous avez devancé la réponse. J'aimerais entendre vos commentaires en ce qui concerne d'autres pistes de réflexion.

[*Traduction*]

De même, nos collègues anglophones et la très honorable Adrienne Clarkson ont des méthodes pragmatiques pour collaborer avec tous les artistes canadiens qui ont du succès dans le monde entier, pour créer une véritable marque Canada, qui serait multiculturelle et qui s'appliquerait à tous les Canadiens.

[*Français*]

M. Théberge : Comme je l'ai mentionné, une marque pour tout le Canada me semble à la base un peu étrange, mais je crois qu'on pourrait développer plusieurs stratégies.

Il y a effectivement des artistes, comme Joseph Edgar, qui se produisent en République tchèque. Il y a le groupe BAM qui se produit en Asie. Ça existe déjà.

Il y a aussi quelques exemples au Canada qui sont ciblés et qui réussissent assez bien selon leurs moyens, et sur lesquels on pourrait se baser. Je pense ici à la Stratégie de promotion des artistes acadiens sur la scène internationale (SPAASI). Je pense aussi à l'Initiative de promotion de l'industrie musicale francophone de l'Ontario (IPIMFO). Ce sont deux exemples sur lesquels on pourrait se baser pour les artistes de la francophonie canadienne.

Il en existe sûrement au Québec et dans le marché anglophone du Canada, mais je pense qu'il faudrait créer un groupe de réflexion et mettre en œuvre des stratégies ciblées selon les marchés. Ne regardons pas seulement ce que l'artiste a à offrir, mais regardons ce que les marchés aiment, ce qu'ils apprécient. Faisons une étude de marché pour trouver le produit culturel canadien qui sera adapté à ce marché.

Je pense que l'idée du groupe de réflexion nous permettrait de ratisser large et de développer quelque chose de concret assez rapidement pour avoir le meilleur impact. On pourrait commencer ainsi.

[*Traduction*]

La présidente : Je ne poserai pas de questions, faute de temps. Je ferai une observation à la fin et je donnerai à la sénatrice Bovey et au sénateur Massicotte la chance de poser une question, et peut-être pourront nous avoir de courtes réponses. Je ne veux pas faire cesser le dialogue. C'est un dialogue fécond.

I send people home with homework. The thoughts you are starting to develop for us today are very important. I hope we continue the dialogue, first in additional briefs, and maybe coming back together once we have heard more witnesses would be very helpful.

Could I have the two senators just place their questions?

Senator Bovey: We had an amazing night the other night with Angela Hewitt playing Bach and inviting a young street urban dancer to perform with her. Here is this wonderful Canadian, living in London, this young man performing an art form that he has made Canadian. I want us to talk about not just the brand. Let's talk about expanding the brand in its multi-generation so it's not a series of silos; it's really pulling it together.

This brings me to my question, a yes or no. I respond with great pride when our artists receive monies from other countries to be able to perform or exhibit in those countries. I also respond with a great deal of sadness when those countries are funding them and ours are not. Do you share my thoughts or am I very selfish on behalf of Canadian artists?

[*Translation*]

Senator Massicotte: To follow up on what you said, Mr. Théberge, I would say that the idea of a brand conjures up a mental image. It's important, however, to ensure consistency with that image; otherwise it loses its value.

I have no problem with your suggestion of including different artists, but what makes you think we should have different brands depending on the country or artist? I have trouble with that part because it doesn't align with the image we are supposed to be bolstering.

[*English*]

The Chair: On the first question from Senator Bovey, who would like to respond?

Mr. Garland: You want a yes or no. Yes.

Mr. Levine: Yes.

Mr. Garland: Yes and yes.

[*Translation*]

Ms. Clarkson: May I respond to Senator Bovey's question?

[*English*]

The Chair: Yes, quickly.

Je vous donne tous un devoir à faire à la maison. Les idées que vous commencez à développer pour nous sont très importantes. J'espère que nous poursuivrons le dialogue, d'abord par des mémoires supplémentaires, et peut-être qu'une réunion, après que nous aurons entendu plus de témoins, serait très utile.

Pouvons-nous entendre les questions de nos deux collègues?

La sénatrice Bovey : Nous avons passé une soirée mémorable, l'autre jour, avec Angela Hewitt, qui jouait du Bach et qui a invité un jeune danseur de rue à faire son numéro avec elle. C'est un merveilleux jeune Canadien qui vit à Londres et qui a canadianisé une forme d'art. Ne limitons pas la discussion à la seule marque. Élargissons-en la notion à une forme multigénérationnelle, pour abattre les cloisons; que ce soit vraiment une marque pour nous tous ensemble.

Ce qui m'amène à ma question, à laquelle on répond par oui ou non. Je réagis avec beaucoup de fierté quand nos artistes reçoivent des fonds d'autres pays pour se produire ou y exposer leurs œuvres. Je réagis aussi avec beaucoup de tristesse quand notre pays ne les finance pas. Réagissez-vous comme moi ou suis-je très égoïste pour les artistes canadiens?

[*Français*]

Le sénateur Massicotte : Pour faire suite à vos propos, monsieur Théberge, lorsqu'on conçoit une marque de commerce, on conçoit une image. Il faut toutefois s'assurer d'être cohérent avec cette image, sinon on en détruit la valeur.

Je n'ai aucune difficulté avec votre suggestion d'avoir différents artistes, mais qu'est-ce qui laisse croire qu'on aura différentes marques de commerce selon le pays ou l'artiste? J'ai de la difficulté avec cela parce que ce n'est pas cohérent avec l'image que l'on doit renforcer.

[*Traduction*]

La présidente : Qui veut répondre à la première question de la sénatrice Bovey?

M. Garland : Vous voulez un oui ou un non. C'est oui.

M. Levine : Oui.

M. Garland : Oui et oui.

[*Français*]

Mme Clarkson : Puis-je répondre à la sénatrice Bovey?

[*Traduction*]

La présidente : Oui, rapidement.

[*Translation*]

Ms. Clarkson: I don't know what you mean. Are you asking about artists who make money but are not supported by us? In other words, they work in another country and that is where they make their money. I'm not quite sure I understand your question or comment.

[*English*]

Senator Bovey: Your excellency, I am really talking about Ed Burtynsky. The award was wonderful but it was the British government that helped him get there and put him up. I'm concerned about the number of young artists who are getting their international debut with no support from Canada, but it's the British council or the French government or the Japanese government or the German government giving them the financial base to be able to take part in the festivals or to present their work.

It's lovely seeing recognition from abroad. I would like our country to support them too.

Ms. Clarkson: I think it's great that our country would support them. I think artists always want to get money for their work, no matter where it comes from. If it's clean money, yes, fine.

The Chair: That seems like a modern statement these days, "if it's clean money." Thank you for that.

As you can see, we have started a dialogue here, and we would like to continue it. It's extremely helpful. I hope some of our comments reflect back.

One area I want you to reflect on is I think sports have done better to unify Canada in many ways than arts and culture. That is one of our dilemmas too. We are so varied and so broad — again, our big country — we need to get acquainted with each other, as well as project it. We should be selling each other's products — I'm using the word "product," Senator Massicotte has had a great influence on me — in different varying parts of the arts and cultures.

I want to thank all of our witnesses. I hope, on behalf of the senators, we can continue this dialogue. We very much appreciate your presence, your knowledge, your experience and we are honoured to have had you.

We've been authorized by the Senate to study the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy and other related matters. We have two witnesses, but we are having a technical problem. I think Ms. Charron can hear us, but we can't hear her. Or it's vice versa. They're going to work on it. We're going to start with our

[*Français*]

Mme Clarkson : Je ne sais pas de quoi vous parlez. Votre question concerne-t-elle les artistes qui gagnent de l'argent et que nous ne payons pas? C'est-à-dire qu'ils font quelque chose dans un autre pays, et que c'est là où ils gagnent leur argent. Je n'ai pas très bien compris la question ou le constat.

[*Traduction*]

La sénatrice Bovey : Votre Excellence, je parle vraiment d'Ed Burtynsky. Il a été merveilleusement récompensé, mais c'est le gouvernement britannique qui l'y a aidé et qui l'a proposé. Je m'inquiète du nombre de jeunes artistes qui débutent sur la scène internationale sans l'appui du Canada, mais qui obtiennent du conseil britannique, du gouvernement français ou japonais ou allemand le tremplin financier qui leur permet de participer aux festivals et de présenter leur travail.

C'est agréable de constater la reconnaissance qui provient de l'étranger. Je voudrais que notre pays les appuie aussi.

Mme Clarkson : Ce serait très bien. Je pense que les artistes veulent toujours être rémunérés pour leur travail, peu importe d'où vient l'argent. Bien sûr, si c'est de l'argent propre, c'est parfait.

La présidente : Voilà qui semble une déclaration bien de son temps : « de l'argent propre ». Merci bien.

Comme vous pouvez le constater, nous avons amorcé un dialogue que nous aimerions bien pouvoir poursuivre. Tout cela est extrêmement utile. J'espère qu'il y aura un suivi à certains de nos échanges.

Je note par ailleurs que l'on semble, à bien des égards, avoir mieux réussi à unifier le Canada dans les sports que dans les arts et la culture. C'est l'un des dilemmes que nous avons. Notre pays est si vaste et si diversifié que nous devons apprendre à nous connaître les uns les autres pour pouvoir faire ensuite étalage de cette diversité. Dans les différents secteurs artistiques et culturels, chacun devrait pouvoir faire la promotion des produits des autres. J'utilise le terme « produit », ce qui témoigne bien de la grande influence qu'exerce sur moi le sénateur Massicotte.

Je tiens à remercier tous nos témoins. Je me fais le porte-parole des sénateurs en vous disant que nous souhaitons pouvoir continuer ce dialogue. Nous sommes honorés et très reconnaissants d'avoir pu bénéficier aujourd'hui de vos connaissances et de votre expertise.

Le Sénat a autorisé notre comité à étudier l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie de notre pays en même temps que d'autres questions connexes. Nous sommes censés maintenant accueillir deux témoins, mais nous avons des difficultés techniques. Je crois que Mme Charron peut nous entendre, mais que nous ne l'entendons

other witness in a moment. While I have this moment — hopefully the technicians can get going — there was a request from the deputy prime minister of Ukraine, with her delegation, to meet with our committee and with the foreign affairs committee in the House. What has been agreed to is that we don't have time. We don't sit on Mondays and Tuesdays. There is a breakfast meeting, informally, of the two committees, the Foreign Affairs Committee of the House and our committee, to meet with the delegation Tuesday, June 12 at 8:30 to 10 a.m., in room 325, Wellington Building. You will receive a notice this afternoon.

It is the deputy prime minister. She is in charge of European integration. She was in charge of NATO. I think Senator Cordy knows her, Ivana Klympush-Tsintsadze. Very good value, and she will be with an all-party delegation. If you are not in committees or otherwise, I think it would be well worth your while to attend that breakfast. That is from 8:30 to 10.

I see the technicians have not come back. I'm going to turn to Aldo Mazza, Founder and Artistic Director of KoSA Music. Welcome to the committee. We'd like you to give your short presentation, and then we will go to questions. Hopefully, we can include Ms. Charron as quickly as possible. Mr. Mazza, welcome to the committee.

[*Translation*]

Aldo Mazza, Founder and Artistic Director, KoSA Music: Thank you very much and good morning.

[*English*]

Dear senators, I have had the privilege of having an over 40-year career in the arts as a professional musician, author, educator, composer, producer, promoter and successful businessman worldwide. I am very passionate about all I do, especially when it is related to my love for music and the arts.

I came to Canada as an Italian immigrant at the tender age of nine. I have always embraced this incredible country, which has such diversity of people and talent. This is why I am here today. Canada has so much potential and a lot to offer to the world. We need to have a very strong and active cultural policy in order to give Canada its place in the global marketplace where it belongs.

pas. À moins que ce soit l'inverse. On va essayer de réparer le tout. Nous allons débuter avec notre autre témoin dans un instant. Je profite de l'occasion — en espérant que les techniciens puissent se mettre au travail — pour vous faire part d'une requête de la vice-première ministre de l'Ukraine qui souhaite rencontrer, avec sa délégation, notre comité et celui des affaires étrangères à la Chambre. Il a été déterminé qu'il nous était impossible de le faire, car nous ne siégeons pas les lundis et les mardis. Les deux Comités des affaires étrangères, celui de la Chambre et le nôtre, vont donc se réunir de façon informelle pour le déjeuner afin de rencontrer la délégation ukrainienne. Ce sera le mardi 12 juin de 8 h 30 à 10 heures à la salle 325 de l'édifice Wellington. Vous recevrez un avis à ce sujet cet après-midi.

La vice-première ministre ukrainienne est en charge de l'intégration de son pays à l'Union européenne. Elle s'occupait auparavant de l'OTAN. Je crois que la sénatrice Cordy la connaît. Il s'agit d'Ivana Klympush-Tsintsadze. Ce sera une rencontre fort intéressante pour laquelle elle sera accompagnée d'une délégation de représentants de tous les partis. Si vous n'avez pas d'engagement au sein de comités ou par ailleurs, je pense que ce serait une bonne chose que vous participiez à ce déjeuner qui se tiendra de 8 h 30 à 10 heures.

Je constate que les techniciens ne sont pas revenus. Je vais donc céder la parole sans plus tarder à Aldo Mazza, fondateur et directeur artistique de KoSA Music. Bienvenue à notre comité. Nous vous demandons de nous présenter un bref exposé, après quoi nous passerons aux questions des sénateurs. Nous espérons pouvoir permettre à Mme Charron d'intervenir dès que possible. Bienvenue au comité, monsieur Mazza.

[*Français*]

Aldo Mazza, fondateur et directeur artistique, KoSA Music : Merci beaucoup et bonjour.

[*Traduction*]

Mesdames et messieurs les sénateurs, j'ai eu le grand privilège de faire carrière pendant plus de 40 ans dans le milieu artistique en tant que musicien professionnel, auteur, formateur, compositeur, producteur, promoteur et homme d'affaires prospère à l'échelle internationale. Je suis très passionné par tout ce que je fais, surtout lorsqu'il y a un lien avec mon amour pour la musique et les arts.

Je suis arrivé au Canada à titre d'immigrant italien à l'âge de neuf ans. J'ai tout de suite aimé ce formidable pays et la grande diversité des gens et des talents qu'on y trouve. C'est la raison pour laquelle je suis ici aujourd'hui. Le Canada a tellement à offrir au reste du monde. Nous avons besoin d'une politique culturelle solide et dynamique pour permettre au Canada de prendre la place qui lui revient sur la scène internationale.

Culture is not only beneficial to people's minds and well-being, as many research studies have ascertained, but it is also an important economic engine. By investing internationally in our culture sector, it enhances the face of Canada to the markets of the world. It also enhances the perception of what Canada is. My own experience with my highly reputable percussion ensemble Répercussion, which toured, in our 45-year career, all over the world representing Canada, with the support of the Department of External Affairs, has proven this very point. I can clearly remember the astonished comments from people in Beijing, when we first performed there in 1987, when they realized that Canada was a country with refined culture. In Mexico City, the dignitaries hosting us after the concert, made frank comments about their surprise in discovering Canada was not just a country of great forests, oil and minerals. Canada also had high-level performers and sophistication. We were very happy to represent Canada in this way, and we recognized the importance in changing the world's perception.

La culture n'est pas seulement bénéfique pour nos esprits et notre bien-être. Comme de nombreuses études l'ont révélé, c'est aussi un important moteur économique. En investissant dans notre secteur culturel sur la scène internationale, nous rehaussons l'image de marque du Canada sur tous les marchés de la planète. En outre, les perceptions à l'égard du Canada s'en trouvent améliorées. C'est aussi ce que démontre parfaitement mon expérience personnelle avec Répercussion, un groupe de percussionnistes de grande renommée qui a parcouru la planète au fil d'une carrière de 45 ans en représentant le Canada avec le soutien du ministère des Affaires étrangères. Je me souviens encore très bien des commentaires stupéfaits entendus à la suite de notre premier spectacle à Beijing en 1987 lorsque les gens se sont rendu compte que le Canada avait une culture des plus raffinée. À Mexico, des dignitaires qui tenaient une réception à notre intention après un concert nous ont dit bien franchement à quel point ils étaient surpris de découvrir que le Canada n'était pas seulement un pays avec de vastes forêts, du pétrole et des minéraux. Le Canada regorge aussi en effet d'artistes de pointe de grand talent. Nous sommes ravis d'avoir pu représenter le Canada de cette manière, et nous comprenons bien à quel point il est important de changer les perceptions du reste de la planète.

For the past 23 years, I, along with my musician wife Dr. Jolan Kovacs, have founded an organization called KoSA Music which has created music camps, festivals and events around the world, in the U.S., China, Canada, Europe, and Cuba. I have also published a method book, which is now in its second printing and has been distributed internationally. It is being released in Spanish for Cuba and has just been translated into Chinese. Our organization is not only a revenue generator, but it is also building bridges to people around the world and, naturally, back to Canada.

Il y a 23 ans, j'ai fondé KoSA Music en compagnie de Jolan Kovacs, mon épouse, qui est musicienne. Nous avons depuis organisé des camps musicaux, des festivals et des événements au Canada, aux États-Unis, à Cuba, en Europe, en Chine et un peu partout sur la planète. J'ai également publié un guide qui a été réimprimé et qui est distribué à l'échelle internationale. Il a été publié en espagnol pour le marché cubain et vient tout juste d'être traduit en chinois. En plus de générer des recettes, notre organisation construit des ponts entre le Canada et le reste du monde.

Despite our company's success in the music world, I have seen and experienced erosion and a slow death of Canada's cultural presence internationally in the last two decades. Sadly, since the early 1990s, things have changed as several of the past federal governments seemed to not understand the relationship between the economy and the arts and how enhancing the perception of our country had a great impact on Canada's economic activity on a global scale.

Malgré le succès de notre entreprise dans le monde musical, j'ai constaté et ressenti l'érosion et la mort lente de la présence culturelle du Canada à l'étranger au cours des deux dernières décennies. La situation s'est malheureusement détériorée depuis le début des années 1990 alors que plusieurs gouvernements fédéraux se sont succédé sans sembler saisir le lien entre économie et arts. Ils ne voyaient pas en quoi l'amélioration des perceptions à l'égard de notre pays pouvait avoir un impact significatif sur l'activité économique du Canada dans une perspective mondiale.

Before 1971, Canadian musicians could not get their music played on any radio stations in this country. I was directly affected by this. This absurd situation was finally changed in 1971, when the Trudeau government established the Canadian content policy or the CRTC. This ensured that 25 per cent of the content aired was Canadian. The direct result is that, today, Canada is one of the biggest music producers of the world. We represent such legends as the late Leonard Cohen, Drake, Celine Dion, Rush, Arcade Fire, and the list goes on. In the American Music Awards and at the Grammys, this year, there were more Canadian artists than ever before. In 2016, three of the top five

Je dois mentionner qu'avant 1971, les œuvres des musiciens canadiens n'étaient pas diffusées sur les ondes des stations de radio du pays. J'en ai moi-même souffert directement. On a finalement mis un terme à cette absurdité en 1971 lorsque le gouvernement Trudeau a créé le CRTC tout en mettant en œuvre sa politique sur le contenu canadien. Celle-ci exigeait que 25 p. 100 du contenu diffusé en ondes soit canadien. Conséquence directe de cette mesure, le Canada se situe maintenant parmi les plus grands producteurs mondiaux de musique. Nous représentons des légendes comme le regretté Leonard Cohen, Drake, Céline Dion, Rush et Arcade Fire pour

most-streamed artists in the pop music world were Drake, Justin Beiber, and The Weeknd, all are Canadian. We were able to get to this enviable position in the world because of the government putting in a policy that was aggressive, serious and well capitalized. The economic returns on this policy are immeasurable.

n'en nommer que quelques-unes. Même lors de cérémonies comme les American Music Awards et la remise des prix Grammy, les artistes canadiens ont été à l'honneur cette année plus que jamais auparavant. Dans le domaine de la musique pop, trois des cinq artistes qui ont obtenu le plus d'écoutes en 2016 sur les sites de diffusion en continu ont été Drake, Justin Bieber et The Weeknd, tous des Canadiens. Nous avons pu atteindre cette position enviable dans le monde parce que le gouvernement a mis en place une politique ambitieuse, sérieuse et suffisamment financée. Les retombées économiques de cette politique sont incommensurables.

Here are the main points I would like to see this government consider reinforcing with regard to the promotion of the arts and culture in Canadian foreign policy: One, recognize that Canadian arts and culture have concrete value on the global world stage. This can be done by establishing a significant capacity, at Global Affairs in Ottawa, that would fund and coordinate Canadian artists touring abroad.

Voici mes principales recommandations à l'intention du gouvernement actuel en vue d'améliorer la promotion des arts et de la culture dans le cadre de la politique étrangère canadienne. Premièrement, il faut reconnaître que nos arts et notre culture ont une valeur tangible sur la scène internationale. On pourrait établir à cette fin au sein du ministère des Affaires mondiales à Ottawa une instance capable de financer et de coordonner les tournées des artistes canadiens à l'étranger.

Two, each embassy in major markets should have a cultural attaché, with major resources and expertise, to deal with our Canadian artists, as in the past. The role of the cultural attaché would be to effectively liaise between the touring artist and the local community in each country to help to promote Canada.

Deuxièmement, chaque ambassade située dans un marché important devrait avoir, comme par le passé, un attaché culturel pouvant s'occuper des artistes canadiens en ayant à sa disposition toutes les ressources et l'expertise nécessaires. Cet attaché culturel aurait pour mandat de faire le lien entre l'artiste en tournée et la communauté locale afin de contribuer à mousser l'image du Canada.

Three, have the government recognize and promote the view that culture and the arts have a prominent place in our society and should be valued just as health and education. Culture and the arts should receive similar support from the government as an essential and fundamental social good.

Troisièmement, il faut que le gouvernement reconnaisse que la culture et les arts occupent une place de premier plan dans notre société et fasse comprendre à chacun qu'ils devraient être valorisés au même titre que la santé et l'éducation. Comme la culture et les arts sont tout aussi fondamentaux pour le bien commun, ils devraient obtenir un soutien similaire de la part du gouvernement.

Four, finally, there are serious media shortcomings. CBC should be given new resources so we know what Canadians are doing and achieving abroad. CBC should have a tie-in with our international embassies, who keep us and the world abreast of what we are doing on the world stage.

Quatrièmement, il y a de sérieuses lacunes à corriger au sein de notre univers médiatique. Des ressources supplémentaires devraient être octroyées à CBC/Radio-Canada de telle sorte que nous puissions être mieux au courant de ce que les Canadiens accomplissent à l'étranger. La société d'État devrait avoir des contacts avec nos différentes ambassades pour que nos réalisations sur la scène mondiale n'échappent à personne, aussi bien au Canada qu'ailleurs sur la planète.

I am happy the present government is taking on the mission of building a new international cultural policy for Canada. The arts brings people together and music is a universal language.

Je me réjouis de constater que le gouvernement actuel s'emploie à établir une nouvelle politique culturelle pour le Canada sur le plan international. Les arts ont un effet rassembleur et la musique est une langue universelle.

Culture is a significant economic engine and investing in the arts internationally is not only an economic imperative, but really places us on the world map. Some of our legendary Canadian artists, such as the late Leonard Cohen, Glenn Gould, Oscar Peterson and, now, the Montreal Symphony and Diana Krall, among countless others, have changed the international

La culture est un important moteur économique et l'investissement dans les arts à l'échelle internationale est non seulement une nécessité du point de vue économique, mais aussi une façon de nous faire connaître de par le monde. Certains de nos artistes les plus renommés comme Leonard Cohen, Glenn Gould, Oscar Peterson, l'Orchestre symphonique de Montréal et

perception of what Canada is, and thus our negotiating position and our dealings with other countries on an academic and commercial scale.

The Chair: Thank you. I should tell you, as well as our other witness, we do circulate the biographies. I don't introduce background to save time for the dialogue.

I'm going to turn to Esther Charron, Co-Founder and President, Pôles magnétiques, art et culture, via Quebec City, with a little plea that the video conference continues to work properly. Welcome.

[*Translation*]

Esther Charron, Co-Founder and President, Pôles magnétiques, art et culture: Good morning, honourable senators. Thank you for the opportunity to speak with you today about the impact of Canadian arts and culture on Canadian foreign policy and diplomacy.

I am a musician and pianist. I have worked as a civil servant and diplomat, as both a cultural attaché for the Quebec delegation in New York and an advisor in Quebec's Ministry of International Relations. I am a cultural manager and entrepreneur. In 2005, I founded Pôles magnétiques, art et culture with my partner Bernard Gilbert, and since then, we have been hired to deliver hundreds of management, production planning and international market development projects, as well as an array of studies, all in the performing arts sector.

Having spent the bulk of my life in Quebec and New York, I have gained, over the years, an in-depth understanding of the international arts and culture market, including the place and role of each player and the negotiation of successful international partnerships. All of that expertise is based on a diverse range of experience and a 360-degree vision.

In my presentation today, I will endeavour to list the advantages of cultural exporting and artist mobility overall through the vector of diplomacy, identify the shortcomings of the system and national and international structures, and provide some realistic and promising solutions.

Performance and show tours, as well as other international cultural events, yield numerous benefits for governments. Artistic works, whether consciously or unconsciously, embody the values and identifying characteristics that make us who we are. Among the values and characteristics conveyed are open-mindedness, diversity, creativity, beauty, relationship with the land, freedom of expression and democracy. Canadian artistic works are often characterized by sophisticated and avant-garde

Diana Krall, ont contribué à changer les perceptions internationales à l'égard du Canada et, du même coup, notre pouvoir de négociation et nos relations avec d'autres pays sur les plans académique et commercial.

La présidente : Merci. Je vous signale, en même temps qu'à notre autre témoin, que les sénateurs ont reçu des renseignements biographiques à votre sujet. Je ne parle donc pas de vos antécédents afin de conserver le plus de temps possible pour nos échanges.

Je vais maintenant céder la parole à Esther Charron, cofondatrice et présidente de la société Pôles magnétiques, art et culture. Elle nous parle depuis Québec, en espérant que la vidéoconférence tienne le coup. Bienvenue à vous.

[*Français*]

Esther Charron, cofondatrice et présidente, Pôles magnétiques, art et culture : Honorables sénateurs et sénatrices, bonjour. Je vous remercie de m'avoir invitée à témoigner devant vous sur l'impact des arts et de la culture sur la diplomatie et la politique étrangère canadienne.

Je suis musicienne et pianiste. J'ai été fonctionnaire et diplomate en tant qu'attachée culturelle pour la délégation générale du Québec à New York, puis en tant que conseillère au sein du ministère des Relations internationales du Québec. Je suis gestionnaire culturelle et entrepreneure. J'ai fondé Pôles magnétiques, art et culture en 2005 avec mon partenaire, Bernard Gilbert. Depuis, nous avons réalisé des centaines de mandats en gestion, en direction de productions, en développement de marchés internationaux ainsi que des études de tout genre qui partagent un lien commun, celui des arts et de la scène.

J'ai passé l'essentiel de ma vie entre Québec et New York. J'ai acquis, au fil des ans, une compréhension profonde du marché international des arts, de la place et du rôle de chacun de ces acteurs, de la négociation de partenariats internationaux gagnants, le tout basé sur une expérience diversifiée et une vision à 360 degrés.

Ma présentation s'attardera sur les points suivants : nommer les aspects positifs liés à l'exportation de notre culture et à la mobilité des artistes en général dans une perspective d'intérêt diplomatique; identifier quelques faiblesses du système et des structures nationales et internationales; et donner quelques pistes de solutions réalistes et porteuses.

Les tournées de spectacles d'artistes, d'expositions et autres projets culturels internationaux engendrent de nombreuses retombées positives pour un gouvernement. Les œuvres artistiques intègrent, consciemment ou inconsciemment, des valeurs et des éléments identitaires de ce que nous sommes. Parmi ceux-ci, on retrouve l'ouverture d'esprit, la diversité, la créativité, la beauté, la relation au territoire, la liberté d'expression et la démocratie. La sophistication et l'avant-

elements that demonstrate artists' boldness, leadership and great talent, attracting the admiration of all. That creative spirit and leadership are also evident in our international collaborations, foreign policy and arts funding programs.

gardisme, souvent présents dans les œuvres canadiennes, font preuve d'audace, de leadership et d'un grand savoir-faire qui suscitent l'admiration de tout le monde. Cet esprit de créativité et de leadership se retrouve aussi dans les collaborations internationales, dans nos politiques étrangères et dans nos programmes de subvention aux arts.

Artists are front-line ambassadors. Responsive, articulate, engaged and curious, they travel, discover, discuss, speak their mind, teach, learn, collaborate, share and return home all the richer, benefiting from new knowledge and new connections. They are a source of inspiration, and their influence can be felt.

Les artistes sont des ambassadeurs de premier plan. Sensibles, articulés, engagés et curieux, ils voyagent, découvrent, discutent, prennent la parole, enseignent, apprennent, collaborent, partagent, et reviennent enrichis de nouveaux savoirs et de nouvelles rencontres. Ils sont une source d'inspiration. Ils influencent le milieu.

The media coverage of Quebec artists with international visibility is considerable but, above all, positive. For instance, the numerous press clippings singing the well-deserved praises of Quebec's artists in Quebec's delegation in New York is one of the reasons why the then premier wanted Quebec to have its own season in New York in 2001.

La couverture médiatique de nos artistes présents sur la scène internationale est considérable et surtout positive. À titre d'exemple, le dépôt de la publication de toutes les coupures de presse dithyrambiques méritées par les artistes québécois sur le territoire de la délégation générale du Québec à New York est un des éléments qui a motivé le premier ministre d'alors à souhaiter la tenue d'une saison du Québec à New York en 2001.

The cultural sector's contribution to the economy cannot be overstated. In 2016, it generated an estimated $53.8 billion, representing 2.8 per cent of GDP. At the same time, the Canadian market is as small as the country is vast. In order to extend the life of an artistic work, keep crews employed longer and get the best value for money, artists must look to international markets.

On ne le dira jamais assez : le secteur culturel est un secteur économique important. En 2016, il était évalué à 53,8 milliards de dollars et représentait 2,8 p. 100 du PIB. Paradoxalement, le marché canadien est aussi petit que le territoire est vaste. Pour prolonger la durée de vie d'une œuvre, pour faire travailler les équipes plus longtemps et pour rentabiliser les investissements, les artistes doivent se tourner vers les marchés extérieurs.

Success is rewarding. Performance fees are paid in foreign currencies, which are then reinvested in our economy. The top touring companies often derive more than 80 per cent of their income from international performances. Ex Machina, for instance, earns 80 per cent of its income abroad but spends 80 per cent of its budget in Quebec.

Le succès est payant. Les cachets sont versés en devises étrangères qui sont réinvesties dans notre économie. Pour les compagnies de tournées les plus importantes, la part du revenu provenant de leurs activités internationales dépasse souvent les 80 p. 100. Ex Machina, par exemple, tire 80 p. 100 de ses revenus à l'étranger, mais dépense 80 p. 100 de ses budgets au Québec.

International recognition can attract major investments in local projects. For example, a powerful Japanese businessman contributed $1 million towards the construction of Le Diamant, a new theatre in Quebec City.

La notoriété internationale peut attirer des investissements majeurs dans des projets locaux. À titre d'exemple, un important homme d'affaires japonais a investi un million de dollars dans la construction du théâtre Le Diamant à Québec.

Achieving success on the international arts and culture stage is far from easy. Supply far outweighs demand. Not only does it take talent, but it also takes time, human resources, money, determination, tact and assistance.

Réussir à se positionner favorablement sur l'échiquier international des arts et de la culture n'est pas de tout repos. L'offre est beaucoup plus importante que la demande. Il faut du talent, mais aussi du temps, des équipes, des ressources, de la détermination, du doigté et de l'aide.

Although certainly understandable, the temptation to associate ourselves with established names such as Cirque du Soleil, Céline Dion and those Mr. Mazza mentioned, it is important to bear in mind that stars are not born overnight. There is much to be gained from having the foresight and courage to support promising artists, who are genuinely in need of encouragement.

Bien qu'on puisse facilement comprendre la tentation de s'associer à des noms déjà établis, comme le Cirque du Soleil, Céline Dion et ceux que M. Mazza a mentionnés plus tôt, rappelons-nous que les vedettes ne viennent pas au monde du jour au lendemain. Il y a beaucoup à gagner à avoir le flair et le courage d'accompagner des talents promoteurs qui, eux, ont un réel besoin d'encouragement.

Now, I would like to draw your attention to the shortcomings of our system. Under the previous government, cultural workers who depended on our cultural exports suffered greatly because Canada's foreign policy lacked the vision, strategies and mechanisms necessary to support their work. On a practical level, they condemned the elimination of cultural advisers and attachés in Canada's consulates and embassies.

J'aimerais attirer votre attention sur les faiblesses de notre système. Sous le gouvernement précédent, les travailleurs culturels qui misaient sur l'exportation ont énormément souffert de l'absence, dans la politique étrangère du Canada, de vision, de stratégies et de moyens pour soutenir leur travail. Plus concrètement, ils ont déploré l'abolition des postes de conseillers et d'attachés culturels dans les consulats et ambassades canadiennes.

Diplomacy is not immune to competition. As Canada showed the entire world its lack of interest in its own culture, cutting positions and programs that provided international tour support, other countries stepped up to fill the void by introducing initiatives to showcase their own culture, which were all the more effective. Artists suffered, as did the sector, not to mention the country as a whole. It is time to rebuild, and it can be done.

La compétition existe aussi en diplomatie. Alors que le Canada démontrait au monde entier son manque d'intérêt pour sa culture en supprimant ses postes et ses programmes de soutien en faveur des tournées, les autres pays comblaient le vide en mettant en place des moyens de promotion d'autant plus efficaces pour mettre de l'avant leur propre culture. Les artistes en ont souffert, de même que le milieu et le Canada. Il faut reconstruire, et ce n'est pas mission impossible.

Recognition and support are sorely lacking for those who work as agents. There aren't many to begin with and those interested in joining the profession are in short supply. Entrepreneurial people, agents are passionate advocates who play a leading role in creating jobs. The requirements in some countries with respect to work permits, payroll tax and the overall tax burden can be onerous and complex. Supports to attract and welcome international buyers to Canada are inadequate. It pays, however, to welcome concert hall and festival directors, artistic directors and commissioners. When they come to Canada for a festival or fair, they meet many creators and see and buy numerous shows. They also pay attention to our system, listen to our jargon, enjoy our fine cuisine, experience what our day-to-day lives are like and, above all, talk to their compatriots when they return to their countries.

Le métier d'agent manque cruellement de reconnaissance et de soutien. Ils sont peu nombreux à exercer ce métier et la relève se fait rare. Or, ces entrepreneurs sont des porte-parole passionnés et d'importants créateurs d'emplois. Les exigences de certains pays, en matière de permis de travail, de charges sociales et de fiscalité, peuvent être lourdes et complexes. Les efforts pour soutenir l'accueil d'acheteurs étrangers au Canada sont insuffisants. Or, il est payant de recevoir des directeurs de salles de spectacles ou de festivals, des directeurs artistiques et des commissaires. Lorsqu'ils viennent au Canada à l'occasion d'un festival ou d'un marché, ils rencontrent plusieurs créateurs, ils voient et achètent de nombreux spectacles. Ils observent aussi notre système, entendent notre vocabulaire, savourent notre gastronomie, vivent notre quotidien et, surtout, ils en parlent aux leurs lorsqu'ils sont de retour dans leur pays.

At a very general level, I would recommend that Canada adopt a cultural diplomacy strategy largely focused on recruiting cultural attachés and advisers. They would work hand in hand and in conjunction with existing organizations, such as Heritage Canada, the Canada Council for the Arts, Quebec delegations, trade associations, institutions and companies, to promote Canadian culture and help it prosper.

De manière très générale, je recommanderais que soit mise en place une stratégie de diplomatie culturelle dont le principal élément serait l'engagement d'attachés et de conseillers culturels qui auraient pour mandat de travailler en complémentarité et en toute complicité avec les structures existantes, comme Patrimoine canadien, le Conseil des arts du Canada, les délégations du Québec, les associations professionnelles, les institutions et les compagnies, pour faire rayonner et prospérer la culture canadienne.

These cultural teams could offer a range of services and ensure the implementation of consistent, useful and effective measures in numerous areas: promotions, public and media relations, buyers missions, digital platforms and so forth. They could provide local consulting services to artists, producers and their partners such as monitoring and guidance with respect to work permits and tax rules. Diplomatic support would also be beneficial to assist with a variety of challenges including tour-related border issues, copyright infringement — as we see happening in China — and the labyrinth of payroll and tax rules for vocal artists in France. In addition, these employees should

Les services offerts par ces équipes culturelles pourraient être, sans se limiter à ce qui suit, la mise en place de mesures cohérentes, utiles et efficaces (promotion, relations publiques, relations de presse, missions d'acheteurs, plateformes numériques, et cetera). Des services-conseil territoriaux pour les artistes, les producteurs et leurs partenaires pourraient comprendre un travail de veille et d'orientation de base sur les permis de travail et la fiscalité. On pourrait apporter un soutien diplomatique lorsque surviennent des problèmes liés aux tournées, tel que le passage aux frontières, le non-respect des droits d'auteur, comme on le vit en Chine, et le dédale des charges sociales et fiscales pour les artistes de la chanson en

have access to ongoing professional development opportunities including encounter programs and annual training in Canada.

Cultural attachés and advisers play a key role in building and maintaining specialized networks in a given country. When equipped with the right vision, skills, knowledge and financial resources, these individuals can become effective economic, cultural and diplomatic liaisons for all the reasons I mentioned.

Thank you.

[*English*]

Senator Oh: Thank you, panel. It is truly wonderful. Thank you to both of you for promoting cultural outreach diplomacy which has put Canada on the international stage.

I understand culture has growing events in China and Cuba. You had a very successful KoSA annual event in China in 2015. Can you share some of your other international initiatives?

Mr. Mazzo: Yes, the list goes on. I'm one of those tireless people who ask: How do you do this? I'm the type if I believe in something and have the passion and love for something, I just do it. In the past, we had the Canadian government supporting this, and at one point that kind of dropped by the wayside.

Fortunately, the Quebec government is still in place and we have a cultural policy in Quebec that has been phenomenal. I had the pleasure of working with Ms. Charron when she was in New York. Recently, when I launched my book in New York, the Quebec delegation was very involved. Canada was kind of present by telephone.

China, as well as the other programs we initiated in Cuba — I was first in China in 1987. We went back several times with my group. Consequently, nine years ago I was contacted by an organization called NINE BEATS. They have private schools supported by the state and they are kind of a franchise. At the time, nine years ago, there were 40 schools. Today there are 850 schools. They reached out to us because they saw what we were doing in our programs and thought we could be the window to the West for them because of our methodology and how we were bringing arts on a global scale. When they realized we were Canadian, that was another surprise because they thought we were from New York or Los Angeles. So this began.

France. De plus, un ressourcement régulier de ces employés devrait être encouragé par le biais d'un programme de rencontres et de formation annuelles au Canada.

Les attachés et conseillers culturels occupent des postes clés lorsque vient le temps de bâtir et d'entretenir un réseau de contacts spécialisé sur un territoire donné. Armés d'une vision, de compétences, de connaissances et de budgets adéquats, ils peuvent devenir de véritables liens économiques, culturels et diplomatiques pour toutes les raisons élaborées plus haut.

Je vous remercie de votre attention.

[*Traduction*]

Le sénateur Oh : Merci à nos témoins. C'est vraiment merveilleux. Je tiens à vous remercier tous les deux pour vos efforts de mise en valeur de notre culture qui ont permis au Canada de se distinguer sur la scène internationale.

Je constate que nos activités culturelles prennent de l'ampleur en Chine et à Cuba notamment. KoSA a, entre autres, tenu un événement annuel très réussi en Chine en 2015. Pouvez-vous nous parler de vos autres initiatives internationales?

M. Mazzo : Il y en a toute une liste. Je fais partie de ces gens infatigables qui se font toujours demander comment ils arrivent à en faire autant. Si je crois en quelque chose que j'aime et qui me passionne, je vais le faire jusqu'au bout. Auparavant, le gouvernement canadien appuyait nos efforts en ce sens, mais ce soutien s'est soudainement volatilisé.

Heureusement, le gouvernement du Québec répond toujours présent, et nous bénéficions de sa politique culturelle, qui est tout simplement phénoménale. J'ai eu le plaisir de travailler avec Mme Charron lorsqu'elle était en poste à New York. La délégation du Québec dans cette ville a d'ailleurs récemment joué un grand rôle dans le lancement de mon livre alors que la présence du Canada était en quelque sorte assurée par téléphone.

Nous avons donc mis en place différents programmes à Cuba et en Chine également. J'ai visité ce pays pour la première fois en 1987. J'y suis retourné à plusieurs reprises avec mon groupe. C'est ainsi qu'il y a neuf ans, une organisation appelée NINE BEATS a communiqué avec moi. Il s'agit d'écoles privées bénéficiant du financement de l'État suivant une formule qui s'apparente aux franchises. À ce moment-là, soit il y a neuf ans à peine, il y avait 40 écoles. On en compte aujourd'hui 850. Ils nous ont contactés parce qu'ils voyaient ce que nous faisions avec nos programmes et ont pensé que nous pourrions être leur fenêtre vers l'Occident en raison des méthodes que nous utilisions et de notre capacité à faire rayonner les arts sur la scène mondiale. Eux aussi ont été surpris d'apprendre que nous étions Canadiens, car ils pensaient que nous venions de New York ou de Los Angeles. C'est ainsi que l'aventure a commencé.

I designed a program where we would help them look to the West as far as classical. But in China, they practically own the classical world now. But they want to own the rest, which is a good thing.

We are helping them along as far as content, education and performance levels. We began doing these events, camps and festivals there. Now there is an international competition going on in Tianjin and Beijing as well as Shanghai. It started eight years ago.

The one you referred to is one of the annual ones we are doing. Consequently, my book is coming out in Chinese. And I have to interject with this. Not to be negative, but each year I would go to the Canadian embassy and meet Mr. Ning, who was the cultural attaché. We had a nice chat every year. I would bring him up to date every year as to all the great activities we were doing. Then I was asked, "We would like to have your book here." Imagine, we have 850 schools in this one network, and there are probably 1,000 networks like this. The possibility of cultural exchange, the exporting Canada to another country such as China is enormous. As we all know, it is a question of numbers.

Then I asked Mr. Ning, because in China you have to have a collaborator locally as a publisher, "Can you help me with this?" Many emails went back and forth and nothing ever happened. This is nine years of meetings. They tried to do it, but they had no resources and there was no policy. Of course I'm not putting him down.

Naturally, we did it ourselves. We found someone there. The book is coming out this year. But imagine, if there was a concerted effort where everyone knows what everyone is doing and we could work with each other in a bilateral way. It would be amazing.

Senator Oh: Are you on the trade mission to China called the Canadian Creative Industries Trade Mission?

Mr. Mazzo: No. I was invited, of course, and it is nice we have these efforts. I've also seen some of the other comments from the other presenters. I think we're all saying almost the same thing. We do need this policy.

I have to also interject a difference. Canada is a cultural mosaic, so, of course, you will not have one face. It's like saying Cuba has Cuban music. Well, there is not one type of Cuban music. There are many streams with different many paces.

J'ai donc conçu un programme pour les aider à se tourner vers l'Occident. On peut presque dire que les Chinois ont maintenant la mainmise totale pour ce qui est du classique, mais ils veulent étendre ça aux autres secteurs, ce qui est une bonne chose.

Nous les avons ainsi aidés relativement au contenu, à l'éducation et aux performances. Nous avons commencé à organiser en Chine des événements, des camps et des festivals. Il y a maintenant une compétition internationale qui se tient à Tianjin et Beijing ainsi qu'à Shanghai. Elle a débuté il y a huit ans.

Celui dont vous parliez fait partie des événements annuels que nous tenons. Mon livre va donc être publié en chinois. Sans vouloir être négatif, j'aurais un commentaire à ce sujet. Chaque année, j'avais l'habitude de me rendre à l'ambassade chinoise pour y rencontrer M. Ning qui était l'attaché culturel. Nous avions à chaque fois des échanges intéressants. Je le tenais au courant de toutes les formidables activités que nous avions tenues depuis l'année précédente. C'est alors que l'on m'a demandé si j'aimerais que mon livre soit publié là-bas. Imaginez, il y avait 850 écoles uniquement dans ce réseau-là, et on comptait sans doute un millier de réseaux semblables. Avoir la possibilité de faire valoir ainsi la culture canadienne dans un pays comme la Chine, c'est tout simplement gigantesque. Comme nous le savons tous, c'est la force du nombre.

Étant donné qu'en Chine il faut avoir un collaborateur local pour pouvoir publier, j'ai demandé à M. Ning s'il pouvait m'aider. Après de nombreux échanges de courriels, rien ne s'était encore passé. Je vous parle de neuf années de tractation. Ils ont essayé de le faire, mais ils ne disposaient pas des ressources nécessaires et il n'y avait pas de politique en vigueur. Je ne suis bien sûr pas en train de le dénigrer.

Nous l'avons bien sûr fait nous-mêmes. Nous avons trouvé quelqu'un d'autre sur place. Le livre sera publié cette année, mais imaginez tout ce que nous pourrions réaliser s'il y avait un effort concerté dans le cadre d'un système où chacun sait ce que l'autre fait, ce qui rend possibles les initiatives bilatérales.

Le sénateur Oh : Avez-vous participé à la mission commerciale des industries créatives canadiennes en Chine?

M. Mazzo : Non. J'ai toutefois été invité à le faire, et les initiatives semblables ne peuvent être que bénéfiques pour nous. J'ai également pris connaissance de ce qu'ont dit les autres témoins. Je pense que notre discours est à peu près le même. Nous avons besoin de cette politique.

J'aurais cependant une mise en garde à faire à ce sujet. Comme le Canada est une véritable mosaïque culturelle, on ne peut bien sûr pas en présenter une image unique. C'est un peu comme parler de musique cubaine alors qu'il existe de nombreux styles musicaux dans ce pays. On y trouve de nombreuses variantes avec des rythmes bien différents.

Here we have the Aboriginal, which is phenomenal, and the Francophones and Newfoundland. Every corner has their own.

I once did a project on Parliament Hill on July 1 called Canadian Heartbeat, the Canadian Mosaic. I invited many groups across the country to perform. I had percussion as the base to perform with each, and I coordinated everyone to perform with each different group representing the different cultures. It had one common thread, each representing themselves, and then finally this is the Canadian reality and here is where we are.

I think this is where we should be going. The communication factor is important and coordination and people who are knowledgeable in each of these markets.

The Chair: I'm going to turn to Senator Bovey to ask the next questions. You will see a different person in the chair — a much improved Senator Dawson — because Senator Cools and I are being called to an urgent meeting of another committee that needs to report to the Senate. I'm sure I will be able to read the transcript of the comments.

I'm going to ask Senator Bovey to start and Senator Dawson to take the chair.

Senator Dennis Dawson (*Acting Chair*) in the chair.

Senator Bovey: Ms. Charron, I really liked your statement that artists are our front line ambassadors. You both have spoken about the erosion, the slow death, and the suffering. I come back to the question I asked the earlier panel, where our wonderful artists are performing overseas, but does anybody really know they are Canadian?

You both spoke about the need to restore the support or cultural attachés. My question relates to some of what we've heard from other witnesses who have said, "Yes, but not necessarily cultural attachés." With your international experience, is it one-size-fits-all? In some countries, is it appropriate for Canada to have cultural attachés? Is there another structure that might work better in other countries? You've worked in a diversity of countries. I just wonder if we need one solution or do we need a solution that has a flexibility that may work better.

Au Canada, nous avons les Autochtones, ce qui est merveilleux, les francophones et différentes régions comme Terre-Neuve qui ont chacune leurs particularités.

J'ai déjà organisé un événement pour les célébrations du 1er juillet sur la Colline du Parlement. Sous le thème de la mosaïque canadienne, j'ai invité des groupes de différentes régions du pays à participer au spectacle. En utilisant les percussions pour faire le lien entre les différents artistes, j'ai coordonné le tout de manière à ce que les groupes représentant les différentes cultures partagent la scène. À l'intérieur d'une trame commune, chacun faisait étalage de ses talents pour nous donner en fin de compte une image globale de la réalité canadienne.

Selon moi, c'est l'approche que nous devrions adopter. Il est primordial de parvenir à communiquer entre nous et à coordonner nos efforts en pouvant compter sur des gens qui s'y connaissent dans chacun de ces marchés.

La présidente : Je vais céder la parole à la sénatrice Bovey, qui va poser les prochaines questions, après quoi vous verrez quelqu'un de différent dans le fauteuil. J'y serai remplacée très avantageusement par le sénateur Dawson, car la sénatrice Cools et moi avons été convoquées à une réunion urgente d'un autre comité qui doit présenter son rapport au Sénat. J'aurai certes l'occasion de prendre connaissance de la suite de nos délibérations.

J'invite donc la sénatrice Bovey à poser ses questions et le sénateur Dawson à prendre le relais.

Le sénateur Dennis Dawson (*président suppléant*) occupe le fauteuil.

La sénatrice Bovey : Madame Charron, j'ai beaucoup aimé vous entendre dire que les artistes sont des ambassadeurs de premier plan. Vous avez parlé tous les deux d'érosion, de mort lente et de souffrance. Je reviens à la question que j'ai posée aux témoins précédents. Nos merveilleux artistes se distinguent à l'étranger, mais est-ce que quelqu'un sait vraiment qu'ils sont Canadiens?

Vous avez souligné tous les deux la nécessité de réinstaurer le soutien offert par les attachés culturels. D'autres témoins nous ont indiqué qu'il fallait effectivement renouveler ce soutien, mais pas nécessairement par l'entremise d'attachés culturels. À la lumière de votre expérience sur la scène internationale, pouvez-vous nous dire si c'est la solution qui convient dans tous les cas? Serait-il bénéfique pour le Canada d'avoir un attaché culturel dans certains pays? Est-ce qu'il y a une structure différente qui pourrait donner de meilleurs résultats ailleurs dans le monde? Vous avez travaillé dans différents pays. Je me demande simplement si nous devons appliquer une solution unique partout dans le monde ou s'il est préférable de prévoir une plus grande marge de manœuvre pour obtenir de meilleurs résultats.

[*Translation*]

Ms. Charron: You raise a considered point. It's an excellent idea. Cultural attachés are nothing more than individuals with marketing expertise specific to a given country. Marketing experts would tell you that they don't use the same strategy for every market. When they come from the local population, they are a tremendous resource because, as products of the culture, they are well versed in the work habits, ethics, values, et cetera that prevail in the country they work in. That means they are ideally positioned to negotiate on behalf of our cultural workers and artists when they begin working in a country or region; they are also the right people to meet with and talk to our cultural workers and, above all, ensure they are well-informed.

I know that Canada's consulate and embassy network is made up of 181 offices abroad. That is a lot, much larger than Quebec's network of delegations. The huge advantage of that is that they cover smaller areas. In the past, in the U.S., I really enjoyed working with those people. Having been on the job for a long time, they had built up very specialized networks. They really knew their clientele and were incredibly effective. As much as possible, I think the creation of those positions should be a top priority. Now, could other methods be used elsewhere? Probably so. One option might be to go through local organizations hired by the government to carry out similar work.

[*English*]

Mr. Mazza: I agree with Ms. Charron. However, I would insist the cultural attaché be attached to the cultural world.

I also differentiate when we say culture, I would like to point out there are two sides. There is entertainment and there is culture, and both are valid. Cirque du Soleil is entertainment, wonderful and huge. Culture is a necessity. Shakespeare is culture. It's also entertainment, but it's culture.

What some of our artists — for example, visual artists — Robert Lepage, for example, has created some wonderful works. Then by that, David Bowie and Peter Gabriel came to Canada, put together a whole tour and everything was built around creativity. It doesn't mean entertainment is not creativity. We have to distinguish that both are important.

I think someone who comes from the field is much better prepared to understand the intricacies and differences and be able to guide the ship a little bit better. That is my opinion.

[*Français*]

Mme Charron : Votre question est nuancée, et c'est une excellente idée. Les postes d'attaché culturel sont ni plus ni moins des postes de spécialiste de marketing pour un pays en particulier. Or, les experts en marketing vous diraient qu'ils ne vont pas utiliser la même stratégie pour tous les marchés. C'est tout de même une ressource qui est très importante lorsqu'ils sont recrutés localement parce que ce sont des gens qui sont issus de la culture, qui sont formés avec les habitudes de travail, les éthiques, les valeurs, et cetera, de l'endroit où ils sont en poste. Donc, ils sont vraiment bien placés pour négocier au nom de nos travailleurs culturels et de nos artistes lorsqu'ils commencent dans un pays ou un territoire, et de les rencontrer, de discuter avec eux et, surtout, de les informer adéquatement.

Je sais que le réseau des consulats et des ambassades du Canada compte 181 bureaux à l'étranger, ce qui est énorme. C'est beaucoup plus que le réseau des délégations du Québec. Cela a un immense avantage, c'est que les territoires sont plus petits. Et par le passé, aux États-Unis, j'avais beaucoup de plaisir à travailler avec ces gens. Ils étaient en poste depuis longtemps et avaient développé des réseaux pointus. Ils connaissaient bien leur clientèle et ils étaient très efficaces. Je pense que cela demeure, dans la mesure du possible, des postes à prioriser. Maintenant, pourrait-il y avoir d'autres méthodes ailleurs? Probablement, peut-être en faisant affaire avec des sociétés locales engagées par le gouvernement pour des mandats semblables.

[*Traduction*]

M. Mazza : Je suis d'accord avec Mme Charron. J'insiste toutefois sur le fait que l'attaché culturel doit avoir des liens avec le milieu.

Il y a également des distinctions à faire lorsqu'on parle de culture. Je dirais qu'il y a deux facettes, soit le divertissement et la culture à proprement parler, les deux ayant chacune leur valeur. Le Cirque du Soleil, c'est du divertissement et de l'émerveillement à très grande échelle. La culture est une nécessité. Shakespeare, c'est de la culture, mais aussi du divertissement.

Certains de nos artistes — par exemple, Robert Lepage dans les arts visuels — ont fait des choses vraiment merveilleuses. C'est por cette raison que David Bowie et Peter Gabriel sont venus au Canada pour organiser une grande tournée s'articulant autour de cette créativité. Je ne veux pas dire par là qu'il n'y a pas de créativité dans le divertissement. Il faut comprendre que ce sont deux facettes différentes qui ont chacune leur importance.

Selon moi, une personne qui vient du milieu est beaucoup mieux prédisposée à comprendre toutes les subtilités et les distinctions, ce qui lui permet de guider un peu mieux les efforts déployés. C'est du moins ce que je crois.

Senator Bovey: I have a quick follow-up, if I may. We have been talking about contemporary work today. You've talked about the schools you've developed and assisted in development. Ms. Peterson d'Aquino talked about the National Gallery staff member who helped preserve Russian treasures. We know there are a number of Canadian experts in material history and heritage who are now working in war-torn parts of the world trying to save their cultural treasures and protect them.

Do you see that aspect of the work as part of the responsibility of a cultural attaché or whatever this position would be?

Mr. Mazza: That is an interesting question. If the question is if the Canadian cultural attaché should take on the responsibility of preserving local cultures in other countries —

Senator Bovey: I wouldn't go quite that far.

Mr. Mazza: That was my question.

Senator Bovey: I think a lot of that is done in Canada through UNESCO. When the specialists get to these parts of the world, do you see the cultural attachés in those regions having a role of protection and assistance?

Mr. Mazza: I see it as protection and assistance only — we're promoting Canada, in my book. I'm very involved in China and Cuba especially. We have established a festival in Cuba. We have also established a portal by which Canadian products, such as musical instruments, are being sold in Cuba, instruments that were actually invented in Cuba but not available for sale there. We have one of the top Canadian manufacturers SABIAN Cymbals, who also own Gon Bops Percussion, congas and timbales, which are instruments invented in Cuba but manufactured by one of the top companies in the world, a Canadian company out in New Brunswick.

My association — I'm a artist with them — I help them help the locals but through our own channels, which obviously helps us artistically and economically. In the big picture, I tend to see things 360. There should not be one reason and it cannot be one way. It has to be working both ways all the time.

Yes, if the question was can we help that way, here is a concrete example where we have a festival each year and there is a competition in this festival. The Fiesta del Tambor, which is a Havana rhythm and dance festival, is the biggest festival in Cuba

La sénatrice Bovey : J'ai une brève question de suivi, si vous me le permettez. Nous avons discuté aujourd'hui d'art contemporain. Vous nous avez fait part de votre contribution à la mise en place de ces écoles. Mme Peterson d'Aquino nous a parlé de cet employé du Musée des beaux-arts du Canada qui a aidé à la préservation des trésors de Russie. Nous savons que des experts canadiens en histoire de la culture matérielle et en patrimoine matériel travaillent actuellement dans certaines régions du monde touchées par des conflits pour essayer de sauver et de protéger des trésors culturels.

Croyez-vous que cet aspect du travail doit faire partie des responsabilités d'un attaché culturel ou de toute personne occupant des fonctions semblables?

M. Mazza : Voilà une question intéressante. Si vous voulez savoir si l'attaché culturel du Canada devrait prendre la responsabilité de préserver la culture locale dans un autre pays…

La sénatrice Bovey : Je n'irais pas jusque-là.

M. Mazza : C'est ce que je voulais déterminer.

La sénatrice Bovey : Je pense qu'une grande partie des efforts déployés en ce sens au Canada passent par l'UNESCO. Lorsque nos spécialistes doivent se rendre dans ces différents pays, pensez-vous que les attachés culturels concernés peuvent avoir un rôle de protection et d'assistance à jouer?

M. Mazza : Il peut y avoir selon moi un rôle de protection et d'assistance seulement… Nous faisons la promotion du Canada dans mon livre. Je suis, par ailleurs, très actif en Chine et à Cuba tout particulièrement. Nous avons créé un festival à Cuba. Nous avons également mis sur pied un portail grâce auquel des produits canadiens, comme des instruments de musique, peuvent être vendus à Cuba. Il s'agit en fait d'instruments qui ont été inventés à Cuba, mais qui ne sont pas en vente dans ce pays. Un des principaux fabricants canadiens, SABIAN Cymbals, est également propriétaire de Gon Bops. Cette entreprise vend des instruments de percussion comme des congas et des timbales, lesquels ont été inventés à Cuba, mais sont maintenant fabriqués par l'un des meilleurs manufacturiers au monde, une entreprise canadienne installée au Nouveau-Brunswick.

Mon rôle dans le cadre de cette association est d'aider les artistes locaux en utilisant toutefois nos propres mécanismes, ce qui est bien évidemment avantageux pour nous tant du point de vue artistique qu'économique. J'essaie généralement de voir les choses dans une perspective très ouverte. On ne devrait jamais considérer qu'il n'y a qu'une seule explication et que le processus doit être unilatéral. Il faut plutôt qu'il y ait sans cesse un juste retour du balancier.

Si vous vouliez savoir s'il est possible pour nous d'apporter notre aide de cette manière, en voici un exemple bien concret. Nous tenons chaque année un festival dans le cadre duquel nous organisons une compétition. Grande fête du rythme et de la

now. It happens in the first week of March. It is a national and now international competition where the winners win an instrument — a drum set, congas or timbales — but they do not have those instruments. For 17 years, I have been bringing the instruments to the schools to the winners, and along the way, I've been channelling the company through and now they are selling over there.

We did a great good locally, but consequently, it was a great thing for everyone.

[*Translation*]

The Acting Chair: Thank you, Mr. Mazza. Ms. Charron, did you have something to add?

Ms. Charron: I think the attachés have to know the culture. That's why I recommend they come to Canada once a year for professional development. A car dealer wouldn't be expected to sell a vehicle they knew nothing about. Similarly, cultural attachés from around the world should be required to come back to Canada every so often to watch performances and meet with artists. It's incredibly stimulating for them.

There are other countries with excellent coverage in terms of cultural services. France, for instance, has a sophisticated network of cultural services all over the globe. The U.K.'s British Council also comes to mind. There is no reason why an embassy or consulate couldn't have a number of specialized, rather than general, positions. For example, one cultural attaché could specialize in the performing arts, another could focus on visual arts, and yet another could be responsible for cultural businesses. That way, they would be even more focused on achieving their objectives in their specific field of expertise.

To answer your question, I don't think the mandate of a cultural attaché should include contributing to the preservation of another country's culture. That responsibility falls on the government department for culture in the country with whom we have the diplomatic relationship. I don't think it should be part of the mandate unless it is further to an agreement or international collaboration that also benefits our artists.

At a time when resources are increasingly scarce, these individuals need to be focused on promoting Canadian artists.

[*English*]

Senator Saint-Germain: Welcome, Mr. Mazza. Thank you for your value-added presentation.

danse, la Fiesta del Tambor qui se tient à la Havane est le plus grand festival à Cuba actuellement. Il a lieu lors de la première semaine de mars. On y tient donc une compétition qui était autrefois nationale, mais qui est devenue internationale. Les vainqueurs gagnent un instrument de musique — une batterie, des congas ou des timbales — mais ces instruments ne sont pas disponibles là-bas. Depuis 17 ans, je dois donc apporter les instruments aux écoles pour qu'ils soient remis aux gagnants, ce qui m'a permis d'ouvrir la porte à l'entreprise qui vend maintenant ses produits là-bas.

Notre apport est très précieux pour les artistes locaux, mais tout le monde peut également en bénéficier.

[*Français*]

Le président suppléant : Merci, monsieur Mazza. Madame Charron, voulez-vous ajouter un commentaire?

Mme Charron : Je suis d'avis que les attachés doivent connaître la culture. C'est pourquoi je recommande qu'ils viennent au Canada, une fois par année, pour se ressourcer. On ne demanderait pas à un vendeur de voitures de vendre des modèles qu'il ne connaît pas. De même, les attachés culturels provenant de tous les coins de la planète doivent revenir au Canada à l'occasion afin d'assister à des spectacles et rencontrer des artistes. C'est extrêmement stimulant pour eux de le faire.

Je pense aussi à certains services culturels d'autres pays qui sont très bien dotés de postes. Je pense à la France, qui a des services culturels sophistiqués partout sur la planète, ou au British Council. Rien n'empêche une ambassade ou un consulat d'avoir plusieurs postes spécialisés au lieu de généralistes, par exemple un attaché culturel pour les arts de la scène, un autre pour les arts visuels ainsi qu'un autre pour les industries culturelles. De cette façon, ils sont encore plus dévoués aux objectifs qu'ils doivent atteindre pour une industrie particulière.

Pour répondre à votre question, je ne crois pas que les attachés devraient aussi contribuer à préserver la culture d'un autre pays. Ce sont les ministères de la Culture des pays avec lesquels nous entretenons des relations diplomatiques qui doivent jouer ce rôle. À moins que ce soit à l'intérieur d'ententes ou de collaborations internationales où les artistes d'ici pourraient en tirer un parti.

À une époque où les ressources se font de plus en plus rares, il faut que ces personnes se consacrent à la promotion des artistes canadiens.

[*Traduction*]

La sénatrice Saint-Germain : Bienvenue, monsieur Mazza. Merci pour votre exposé fort intéressant.

[*Translation*]

Ms. Charron, it's a pleasure to see you in a federal setting, after having had the opportunity to work together at Quebec's Ministry of International Relations and the Francophonie during your time in New York. You are quite well-known. It wasn't until yesterday that I found out you would be appearing before the committee. Before I get to my question, I'd like to make a comment.

A cultural attaché must understand not just the culture of the country they represent, but also the compatibility between the cultural product they are trying to export and the demand in the country or countries in question. Hence, a cultural attaché must have both cultural and business savvy. It takes someone with a tremendous amount of initiative and good business sense; technological advancements have increasingly moved the cultural sector into the international business realm. That cannot be denied.

Both of you, but Ms. Charron especially, talked about enhanced strategies and the importance of an international cultural policy. Something I'm noticing more and more about Canada's cultural sector is that francophone products are at a disadvantage in relation to their anglophone counterparts.

With language coming into play, the promotion of francophone culture really seems to be limited to the international francophone community. Given your experience abroad, what could we do, through a concrete action plan, to remove that language barrier? How could we help Canada's francophone culture achieve success beyond the international francophone community, which, after all, is limited in size and does not represent a growing market?

Ms. Charron: It's very nice to see you again as well, Senator Saint-Germain. I agree with what you said wholeheartedly. Cultural attachés are tremendously important liaisons. They need to be well-rounded. They need to know not just about culture, but also about their country or region.

A model that works quite well, and is used by the delegations and consulates, is one where the cultural attaché works with an adviser who is usually a member of the government working on site. The benefit of a team like that is that each person complements the other in their work. They end up stimulating one another, working in tandem and collaborating effectively. They need to be incredibly savvy and have the ability to see beyond existing opportunities. When they hear about a new museum or theatre being built and it ties in with one of our cultural strengths, they have to reach out to those people and let them know what our fortes and talents are, tell them what we have to offer, and start building those relationships at that early stage.

[*Français*]

Madame Charron, je suis très heureuse de vous retrouver dans un cadre fédéral après que nous avons eu l'occasion de travailler ensemble au ministère des Relations internationales et de la Francophonie lorsque vous étiez à New York. Votre notoriété est vraiment très grande parce que j'ai appris, hier seulement, que vous étiez notre invitée. J'ai un commentaire à faire et j'aurai ensuite une question.

Un attaché culturel doit connaître non seulement la culture du pays qu'il représente, mais comprendre l'arrimage et la demande dans le pays ou les pays où il veut exporter la culture de son pays. Également, l'attaché culturel est non seulement quelqu'un qui doit connaître la culture, mais c'est également une personne d'affaires. Il doit avoir énormément d'initiatives et le sens des affaires, parce que, de plus en plus, et avec l'évolution des technologies, on est dans un contexte de commerce international lorsque nous parlons de la culture et cela, il faut vraiment le reconnaître.

Vous avez tous les deux fait référence, en particulier Mme Charron, à des stratégies renforcées et à l'importance d'avoir une stratégie culturelle internationale. D'une part, je constate de plus en plus que les cultures francophones du Canada sont les enfants pauvres de ce secteur.

On confine beaucoup à la francophonie internationale la promotion de la culture francophone lorsque la langue est un enjeu. À partir de vos expériences à l'étranger, comment pourrait-on, dans le cadre d'un plan d'action concret, lever cette barrière de la langue? Comment réussir sans se confiner au marché de la francophonie internationale qui, il faut le reconnaître, est un marché qui a ses limites et qui n'est pas un marché en croissance?

Mme Charron : Je suis tout aussi heureuse de vous retrouver, sénatrice Saint-Germain. Je suis entièrement d'accord avec vos commentaires. Les attachés sont des liens importants. Ils doivent être polyvalents. Ils doivent connaître la culture aussi bien que leur territoire.

Le modèle qui fonctionne très bien, et qui est présent dans les délégations et les consulats, c'est le modèle où l'attaché travaille avec un conseiller qui est normalement un membre du gouvernement en place. Il y a déjà une complémentarité dans ce genre d'équipe qui est intéressante. Je pense que l'une et l'autre finissent par se nourrir, se compléter et bien travailler ensemble. Je pense que ces personnes doivent avoir un flair immense et voir au-delà des occasions présentes. Lorsqu'on entend parler de la construction d'un nouveau musée ou d'un théâtre, dans un secteur où on est fort, il faut aller au-devant des gens, les informer de nos forces, de nos qualités, de ce qu'on a à offrir, et déjà commencer à créer des relations.

As far as the Francophonie goes, as much as I love the French language, I, personally, have had little experience working with those networks in the last few years, despite doing a lot of work with people in the francophone theatre community. You make an interesting point. When I was posted in New York, I couldn't really rely on francophone networks. I would often commiserate with a colleague of mine in London, who was also working in an English-language market at the time. We felt as though significantly more resources were allocated to the cultural services of Quebec's Paris delegation than to those provided in English-language markets, even though we knew they held tremendous potential.

At the end of the day, artistic works can be translated, subtitled or surtitled, in the case of a theatre production. It's child's play nowadays with all the new technology.

In a number of regions, people speak numerous languages. For the past few years, I've been doing a lot more work in Europe than in the U.S. When I go to festivals or business meetings, it's exciting to see that my counterparts are multilingual. They speak French, English and German fluently. There is less of a language barrier in the European Union, as compared with the U.S. or the United Kingdom. Clearly, the passionate individuals working in the field are looking, first and foremost, for quality, skill, originality and creativity, all of which transcend language. All that to say, once again, that if a French-language play or creative production is excellent, I think it's easy to eliminate the language barrier and move beyond the traditional Francophonie networks.

Mr. Mazza: I completely agree with Ms. Charron on that. I'd like to share with you my view, if I may. Fortunately, Canada is a multicultural country, but we have two official languages. I don't think it's all that important to give one more of a boost than the other today.

The image we project is that we have no barriers, whether in terms of francophone or anglophone culture. That's great. At the end of the day, it is the essence, the work and the talent that matter. Speaking French or English is good, but what really makes Canada great is that we speak both languages, and we should be proud of that, proud of the fact that we use both languages to express our talents, culture and everything we do.

In terms of the Francophonie and cultural products, the creative component should matter more than whether or not words are used. More than anything else, the support should focus on the creative dimension. I have often heard it said that we should study the market and see what people like. To me, that's a red flag. It's a no. And the creators?

Pour ce qui est de la francophonie, aussi amoureuse que je sois de la langue française, personnellement, j'ai peu travaillé avec ces réseaux, ces dernières années, même si je travaille beaucoup avec des gens du théâtre francophone. Votre commentaire à ce sujet est intéressant, car, puisque j'étais en poste à New York, je ne pouvais pas vraiment compter sur les réseaux francophones. Et je partageais souvent une certaine frustration avec mon collègue de Londres qui, lui aussi, à ce moment-là, travaillait sur des marchés anglophones, parce que nous avions l'impression que beaucoup plus de ressources étaient allouées aux services culturels de la délégation du Québec à Paris que pour les territoires anglophones, alors que nous savions qu'il y avait énormément de potentiel.

Bref, les œuvres peuvent être traduites, avoir des surtitres ou des sous-titres pour une œuvre théâtrale. C'est un jeu d'enfant aujourd'hui avec les nouvelles technologies.

Il y a plusieurs territoires où les gens parlent plusieurs langues. Depuis plusieurs années maintenant, je travaille beaucoup plus en Europe qu'aux États-Unis. Lorsque j'assiste à des festivals ou à des rencontres d'affaires, je constate avec émotion que mes collègues sont polyglottes. Ils parlent très bien le français, l'anglais, l'allemand. Donc la barrière de la langue est moindre en Union européenne par rapport aux États-Unis ou au Royaume-Uni. De toute évidence, les gens passionnés qui travaillent dans ce milieu recherchent d'abord et avant tout la qualité, le savoir-faire, l'originalité, la créativité, et cela n'a pas de langue. Donc, encore une fois, si une pièce de théâtre ou une création est présentée ici en français, mais qu'elle est extraordinaire, je pense qu'on peut faire tomber facilement les barrières et sortir des réseaux traditionnels de la francophonie.

M. Mazza : Je suis tout à fait d'accord avec Mme Charron sur ce point. J'aimerais partager avec vous mon opinion et ma position. Le Canada est un pays, fort heureusement, multiculturel, mais nous avons deux langues. Et je pense que de pousser l'une ou l'autre, aujourd'hui, ce n'est vraiment pas important.

L'image que l'on projette, c'est qu'on n'a pas de barrière, que ce soit la culture francophone ou anglophone. C'est bien. C'est vraiment l'essence, l'œuvre, le talent qui importent. Si on parle français ou anglais, c'est bien, mais la chose vraiment géniale au Canada, c'est qu'on parle les deux langues et qu'on devrait être fier de cela, du fait que l'on exploite nos talents, notre culture et tout ce qu'on fait dans les deux langues.

La francophonie, qu'il y ait des paroles ou non, c'est moins important que le côté créatif. On devrait pousser cela plus qu'autre chose. J'ai entendu la phrase suivante plusieurs fois : « On devrait étudier le marché, voir ce que les gens veulent. » Pour moi, cela déclenche un voyant rouge. C'est non. Et les créateurs?

[English]

No, we do not service a need. We create.

[Translation]

We create something that is Canadian. Otherwise, we stop. Just imagine if, before creating a work of art, Dali had stopped and thought to himself, "What do people want to see this week?" We would never have had Dali.

Canada's openness of mind may be due to the fact that it functions in both languages. There are things we do not know, so we open ourselves up to the possibility of learning something new. We each take our place. Therefore, we need to support creativity. The last thing I would be in favour of is promoting a project in order to satisfy market demand. Instead, we should express what we want to say, no matter where in Canada we are.

Senator Saint-Germain: Many thanks to the both of you. Your comments have been very insightful.

The Acting Chair: You brought up linguistic duality. We have the marketing services provided by the Quebec government, specifically with respect to Quebec, and services for English-speaking Canada, known as the rest of Canada. Do the two levels of government work together at all? Whether it be in New York, London or Paris, do the Canadian embassy and the Quebec delegation work together closely? Conversely, if one invites Mr. Mazza to Paris, does the other have no idea? Is there any sort of cooperation?

Mr. Mazza: That's a very good question. I'm glad you asked. In my experience over the past 20 years, I can tell you, in no uncertain terms, that there isn't much in Beijing. There is no policy.

[English]

There is no policy in place and nobody knows what to do so it's, "Okay, we are here."

[Translation]

My book launch was held in New York, back in November. My book was released internationally by the largest publishing house in the world, Alfred. Luckily, the Quebec people know me. Mr. Dion and Ms. Charron were there. They got in touch with me and asked me what we needed. They saw it was worthwhile. I invited many of my famous American friends to perform as part of a concert. The answer I received from Canada was, "You have to wait; there is a committee and we have to see who is available." A representative ended up coming, but Canada was not present because of the lack of a policy.

[Traduction]

Non, nous ne répondons pas à un besoin. Nous créons.

[Français]

On crée quelque chose qui est canadien. Sinon, on s'arrête. Si Dali avait pensé : « Qu'est-ce que le monde veut voir cette semaine? », on n'aurait pas eu Dali.

Si le Canada a cette ouverture d'esprit, c'est peut-être parce qu'il fait des affaires dans les deux langues. Il y a des choses qu'on ne connaît pas, donc on s'ouvre à la possibilité d'apprendre quelque chose qu'on ne connaît pas. On prend chacun notre place. Il faut donc soutenir la créativité. Promouvoir un projet pour satisfaire un marché, pour ma part, c'est la dernière chose que j'appuierais. Il faut plutôt exprimer ce qu'on a à dire, peu importe où au Canada.

La sénatrice Saint-Germain : Merci beaucoup à vous deux. Vos témoignages sont très enrichissants.

Le président suppléant : Vous avez abordé la question de la dualité linguistique. On a le service de promotion qui vient du gouvernement du Québec, en particulier, pour le Québec, et les services pour le Canada anglais, le *rest of Canada*. Est-ce qu'il y a une collaboration entre les deux niveaux de gouvernement? Que ce soit à New York, à Londres ou à Paris, est-ce que l'ambassade du Canada et la délégation générale du Québec travaillent en étroite collaboration, ou bien est-ce que, quand les uns invitent M. Mazza à Paris, l'autre niveau de gouvernement n'est pas au courant? Y a-t-il une collaboration?

M. Mazza : C'est une très bonne question. Je suis heureux que vous la posiez. Selon mon expérience des 20 dernières années, et ce, de façon tout à fait concrète, à Beijing il n'y a pas grand-chose, il n'y a pas de politique.

[Traduction]

Il n'y a pas de politique en place et personne ne sait quoi faire. Les gens nous disent simplement qu'ils sont là.

[Français]

J'ai fait le lancement de mon livre à New York, en novembre dernier. Mon livre est publié à l'échelle mondiale avec la plus grande maison d'édition au monde, qui s'appelle Alfred. Heureusement que le Québec me connaît. M. Dion et Mme Charron étaient là. Ils m'ont contacté et m'ont demandé ce dont nous avions besoin. Ils ont vu que c'était valable. J'ai invité beaucoup de mes amis, qui sont de grandes vedettes aux États-Unis à participer à un concert, mais le Canada m'a répondu : « Il faut attendre, il y a un comité, il faut voir qui est disponible. » Finalement, une représentante est venue, mais le Canada n'était pas présent parce qu'il n'y a pas de politique.

[*English*]

There is no policy at the moment. There is no money. Luckily, Quebec is at the forefront and supports us.

[*Translation*]

Cuba is another great example. We've been organizing these events for 17 years. I am often invited to give concerts. We have a huge presence in Cuba. Three years ago, we had to practically force the embassy to play a role in the celebrations marking the seventieth anniversary of unbroken relations between Cuba and Mexico, or Canada — one of the two. I was standing there with the then ambassador, Mr. Gagnon, and I watched the Minneapolis Symphony Orchestra play two nights in a row. The concert hall was full. I was standing next to him and I said:

[*English*]

"I don't know about you, but I don't like watching the parade. What do you think?"

[*Translation*]

He understood exactly what I meant, and luckily, the trade commissioner who was there stepped up and said that the occasion would be celebrated. I pressed the matter and, through the Canadian community — not through the embassy because there was no policy or budget — he found a way to mark the occasion. We held a big concert in San Francisco Square, in Old Havana, in front of 5,000 spectators. I helped put on the show along with two Canadian artists and two Cuban artists. We organized a huge show, but there was no follow-up because it wasn't further to a policy. It was great, but that's where it ended.

Quebec opened an office in Havana last September. A woman named Myriam — her full name escapes me, unfortunately — attended one of our festival concerts. She came on a night when I was being honoured with an award. That solidified our place, because, at the end of the day, I was representing Canada. I am a walking billboard for Canada. She realized that it was a good idea to organize shows with us. I put forward a proposal, and it was accepted. It was a collaboration with a Canadian artist playing in the festival and a Cuban artist playing here. I also proposed an academic collaboration. Cuba has a school equivalent to Juilliard called ISA, and it often collaborates on activities with the U.S. When I was in the dean's office one day, I invited her to the festival, but she told me that she couldn't attend because she would be at UCLA for a conference. I told her I thought that was strange and asked her why not Canada. I said that Canada was ubiquitous and one of Cuba's biggest economic supporters. She thought I made a valid point, and said that the idea had never been proposed but that it sounded interesting. I then told her that, if she agreed, I would push ahead with the idea.

[*Traduction*]

Il n'y a pas de politique à l'heure actuelle. Il n'y a pas de financement non plus. Heureusement, le Québec est là pour nous appuyer.

[*Français*]

Cuba est un autre très bon exemple. Cela fait 17 ans que nous organisons ces activités. Je suis invité souvent à faire des concerts. Nous avons une grande présence à Cuba. Il y a trois ans, il a presque fallu forcer l'ambassade à s'impliquer pour fêter les 70 ans des relations ininterrompues de Cuba avec le Mexique ou le Canada, l'un des deux. J'étais dans la salle avec l'ambassadeur de l'époque, M. Gagnon, et j'ai écouté l'orchestre symphonique de Minneapolis, deux soirs de suite. La salle était bondée. J'étais à côté de lui et je lui ai dit :

[*Traduction*]

« Je ne sais pas ce que vous en pensez, mais je n'aime pas, pour ma part, regarder passer la parade. Qu'en dites-vous? »

[*Français*]

Il a très bien compris et, heureusement, le délégué commercial qui était présent a pris les choses en main et a dit : « On va fêter cela .» J'ai forcé la note et il a trouvé dans la communauté canadienne — pas à l'ambassade parce qu'il n'y a pas de politique ni de budget — la façon de fêter cela. Nous avons donc organisé un grand concert dans la vieille ville de La Havane, place San Francisco, devant 5 000 personnes. J'ai aidé à monter le spectacle avec deux artistes canadiens et deux artistes cubains. Nous avons organisé un grand spectacle. Il n'y a pas eu de suivi parce que cela ne faisait pas partie de la politique. C'était bien, mais ça s'est arrêté là.

Le Québec a ouvert un bureau à La Havane en septembre dernier. Mme Myriam — j'ai oublié son nom complet — a assisté à un des concerts de notre festival. Elle est venue à une soirée lors de laquelle j'ai été honoré. On m'a remis un prix, et cetera. Cela a confirmé notre place, car, au fond, je représente le Canada. Je suis un panneau publicitaire canadien ambulant. Elle a compris que c'était important d'organiser des spectacles avec nous. J'ai proposé un projet qui a été accepté. Il s'agit d'une collaboration avec un artiste canadien, qui joue dans le cadre du festival, et un artiste cubain, qui joue ici. J'ai également proposé une collaboration académique. Il existe une école du nom de ISA, l'équivalent de Juilliard, qui organise souvent des activités avec les États-Unis. Alors que je me trouvais dans le bureau de la doyenne, je l'ai invitée au festival. Elle m'a répondu : « Non, je suis à UCLA pour un colloque. » J'ai dit : « Je trouve ça curieux. Pourquoi pas le Canada? Le Canada est omniprésent. À Cuba, on est un des plus grands supporteurs économiques. » Elle m'a répondu : « C'est une bonne question. L'idée n'a jamais été proposée, mais ce serait intéressant. » J'ai dit : « Alors, si vous êtes d'accord, je vais aller de l'avant. »

Within a week, the project was feasible. I said that, if the parties were interested, we would move forward with it. With Quebec's support, we obtained a small grant. It wasn't a lot.

En l'espace d'une semaine, le projet était réalisable. Et j'ai dit que si les parties étaient intéressées, nous irions de l'avant. Avec l'appui du Québec, nous avons obtenu une petite bourse. Ce n'était pas grand-chose.

[*English*]

It represents serious inroads finally, in just months, that Quebec is there and representing Canada. Yes there is support and we have this in place.

[*Traduction*]

En fin de compte, il s'agit d'importantes percées réalisées en quelques mois à peine grâce au soutien du Québec pour représenter le Canada. Il y a donc effectivement de l'aide, ce qui nous a permis d'aller de l'avant.

[*Translation*]

The Acting Chair: Ms. Charron, is it helpful or harmful for you to have two sources of support?

Ms. Charron: There are 180 consulates and embassies around the world and 20 or so delegations, so there are very few places that have both.

The delegations were very helpful when Canada withdrew its support, cultural attachés and advisors. During that dark period for the culture sector, Quebec artists were very fortunate to have delegations they could count on.

Broadly speaking, the culture sector already receives funding from three levels of government: major cities, the province of Quebec and the federal government. That is something artists are used to dealing with. When they arrive at a location, it is in everyone's interest for them to receive some cooperation from the consulates and delegations. Is there cooperation? I think it depends on the location and the person in charge. Some are happy to cooperate while others feel they are in competition. The foreign policies and objectives can differ. The cultural attachés and advisors have to adapt to the directives from their boss, the services offered, and the opportunities for cooperation.

When I was a cultural attaché in New York, I got on very well with the cultural attaché at the consulate. Our cooperation was very beneficial. We could do more by pooling our resources rather than working separately. Our actions had more impact. We were often in the same locations. We talked regularly to find out what the other one was doing so as to avoid duplication. Of course she looked after artists from the rest of Canada, so she had clients that I could not help. There were times when we were operating at different speeds, when I helped launch a company, and the Government of Canada stepped in once the company was already there, when it was popular and was of greater interest to them.

[*Français*]

Le président suppléant : Madame Charron, est-ce que deux sources de soutien peuvent vous aider ou vous nuire?

Mme Charron : Il existe 180 consulats et ambassades dans le monde entier et une vingtaine de délégations. Il y a donc très peu d'endroits où on trouve les deux.

L'existence de délégations a été très utile lorsque le Canada a retiré son soutien, ses attachés culturels et ses conseillers. Pendant cette période sombre pour la culture, les artistes québécois ont été bien chanceux d'avoir en place des délégations vers qui se tourner.

De manière générale, la culture bénéficie déjà du financement des trois paliers de gouvernement, soit celui des grandes villes, de la province de Québec et du gouvernement fédéral. C'est déjà une chose que les artistes ont l'habitude de gérer. Quand ils arrivent à un endroit, il est dans l'intérêt de tous qu'ils puissent compter sur une certaine collaboration de la part des consulats et des délégations. Y a-t-il une collaboration? Je dirais que tout dépend des endroits et des chefs en poste. Certains sont heureux de collaborer, d'autres se sentent plus en compétition. Les politiques étrangères et les objectifs peuvent être différents. Les attachés et conseillers culturels doivent s'adapter aux directives données par leur patron, aux services offerts aux artistes et aux possibilités de collaboration.

Lorsque j'étais attachée culturelle à New York, je m'entendais très bien avec l'attachée culturelle du consulat. Notre collaboration était très bénéfique. On pouvait aller plus loin en mettant nos ressources en commun plutôt que de travailler chacune de notre côté. Nos interventions avaient plus de poids. On se trouvait souvent aux mêmes endroits. On se parlait régulièrement pour savoir ce que faisait l'autre de manière à éviter le dédoublement des efforts. Naturellement, elle s'occupait des artistes de tout le reste du Canada. Donc, elle avait une clientèle que je ne pouvais pas aider. Il y a eu des moments où on était un peu comme à deux vitesses sur une même voiture, c'est-à-dire où j'ai pu contribuer au lancement d'une compagnie, puis le gouvernement du Canada entrait en scène une fois que la compagnie était en place, lorsque cette dernière bénéficiait d'une certaine popularité et cela les intéressait encore plus.

To answer your question, I think it all depends on whether there is a good relationship and I think having both in the same location is helpful.

Senator Massicotte: Thank you both for being here this morning. My question is for Ms. Charron. Let's back up a bit. When assistance is provided to artists, it is because the country has an interest in doing so and it also helps the artists. The purpose of our study, however, is cultural diplomacy. In other words, we are looking at how supporting artists outside the country benefits Canada.

From that point of view, what would our country's objective be? How does it benefit Canada to support artists outside the country? How can we measure that impact?

Ms. Charron: The presence of artists in other countries is an incredible opportunity to showcase Canada's brand, something that is difficult to achieve through strictly economic products or other things that get lost in the wake of globalization. Through their works of art, artists convey strong and original values. Members of the public who take in their works will be amazed by what is happening in Canada and will wonder why.

When I attend German, Swiss, American or Italian performances, I see a work of art, but the source country is always part of it. The brand is very strong and Canada can benefit from that.

You will recall what happened when support was withdrawn a few years ago. I still travel abroad a lot. I cannot tell you how many people asked me what was going on, saying that they had always admired us and that we had a presence. There was real admiration for the artists and programs. It was a very strong message. Then suddenly people were confused by this withdrawal.

I think they are very glad to see how things have changed course. It is extraordinary. The budget of the Canada Council for the Arts has doubled, and it is the only such organization in the world to have done so. Because of the economic crises, budgets have been cut. Many people are envious of this and it conveys a strong image.

The most valuable thing that civilizations have left us over the course of history is culture. People visit big cities like Paris, London, New York, Berlin and Rome for the culture. I firmly believe that this is something that can benefit all of Canada, including its citizens, politicians and businesses. This kind of support opens doors.

When well-known artists visited the Quebec delegation, suddenly my colleagues from tourism, business and public affairs invited their clients to attend those performances. The

Pour répondre à votre question, je crois que tout dépend s'il y a ou non une bonne entente. Et je trouve que c'est une bonne idée d'avoir les deux sur le territoire.

Le sénateur Massicotte : Merci à vous deux d'être parmi nous ce matin. J'ai une question qui s'adresse à Mme Charron. Revenons un peu en arrière. Lorsqu'on vient en aide aux artistes, le pays y voit un intérêt et c'est aussi intéressant pour les artistes. Cependant, le but de notre étude est la diplomatie culturelle. En d'autres mots, nous examinons les avantages que le Canada aurait à appuyer les artistes à l'extérieur du pays.

Selon cette perspective, quel serait l'objectif pour notre pays? Quels sont les avantages pour le Canada lorsqu'il appuie les artistes à l'extérieur du pays? Comment peut-on mesurer cet impact?

Mme Charron : La présence des artistes en sol étranger véhicule une image de marque inouïe pour le Canada qui est difficile à atteindre avec des produits purement économiques ou d'autres choses qui se perdent un peu dans la foulée de la mondialisation. L'artiste sur place véhicule, avec ses œuvres, des valeurs fortes et originales. Les membres du public qui voient les fruits de ces efforts trouveront incroyable ce qui se passe au Canada et se demanderont pourquoi il en est ainsi.

Lorsque j'assiste à des spectacles allemands, suisses, américains ou italiens, je vois une œuvre artistique, mais je ne fais pas exclusion du pays où l'œuvre est ancrée. L'image de marque est très forte et le Canada peut en bénéficier.

On se rappellera ce qui s'est produit lorsque le soutien a été retiré il y a quelques années. Je voyage encore beaucoup à l'étranger. Je ne peux pas vous dire le nombre de personnes qui m'ont demandé : « Qu'est-ce qui se passe? On vous a toujours admirés. Vous étiez là. » On voyait vraiment une admiration pour les programmes et les artistes. Le message était très fort. Puis, soudainement, les gens se sont sentis déroutés devant ce recul.

Je crois qu'ils sont bien contents maintenant du revirement. La situation est exceptionnelle. Le budget du Conseil des arts du Canada a doublé, et c'est le seul au monde à l'avoir fait. Avec les crises économiques, on a plutôt vu du recul. Cet avantage a fait beaucoup d'envieux et lance une image forte.

Au cours de l'histoire, ce que les civilisations nous ont laissé de plus précieux, c'est la culture. Les gens visitent les grandes villes comme Paris, Londres, New York, Berlin et Rome aussi pour la culture. Je suis convaincue qu'il y a là quelque chose dont tout le Canada peut bénéficier, que ce soit les citoyens, les politiciens ou les entreprises. Ce genre d'appui ouvre des portes.

Quand des artistes reconnus étaient de passage à la délégation du Québec, soudainement, mes collègues du tourisme, de l'économie ou des affaires publiques invitaient leurs clients à

clients were delighted, inspired and reassured. They took in our wonderful culture and saw what great collaborators we are. For all these reasons, I think we have a great deal to gain through Canadian cultural diplomacy.

Sometimes a country will host an art exhibition or concert at their embassy. In my opinion, that is not the right approach. More can be achieved by becoming part of the cultural life of the capital cities and by working with them. There is much more media and public attention, in general, as opposed to holding activities at places that are rarely visited by the local people.

Did I answer your question?

Senator Massicotte: Yes. Earlier, some witnesses talked about our brand. They maintained that we must always have an objective and promote our chosen brand. They strongly recommended that the brand that we should promote is one of credibility combined with innovation. Do you agree with that suggestion, the image that we should aspire to in order to present Canada in a different light as opposed to the perception of us as farmers and that Canada is above all recognized for its natural resources? Do you have any comments on that?

Ms. Charron: The image of credibility and sophisticated culture involves all culture sectors. I was thinking earlier about those Visa credit card ads that ended with the message that experiences are priceless. The ad showed people at an opera or cultural activity. How many times have I been at a concert hall where my country's artists got a standing ovation? What an incredible sense of pride! That illustrates the strength and impact that these artists have on a foreign audience.

I returned from a tour in France where I was part of a production. It was our first international tour and we were a bit nervous. We wondered if the audience would like our show. The reception was just incredible. I am not just saying this because I am proud of the show's success, but also because it illustrates that what is created here — and that is inspired by who we are — can cross borders more easily than any economic product.

[*English*]

Mr. Mazza: I'm totally in agreement with this. Thank you, Madam Charron, this is fantastic.

On top of that, there are two levels. One is the economic engine I spoke of — the auto generation — 100 per cent of money invested in culture spends 100 per cent. We know, an economic engine — these are statistics: $1 in, $6 out.

venir assister à ces prestations. Ces derniers repartaient réjouis, inspirés et rassurés. Ils voyaient notre belle civilisation et à quel point nous sommes de bons collaborateurs. Pour toutes ces raisons, j'estime que nous avons tout à gagner en faisant de la diplomatie culturelle canadienne.

On voit parfois des pays organiser une galerie à l'ambassade ou encore des concerts. À mon avis, ce n'est pas la bonne façon de faire. On va plus loin en s'intégrant à la vie culturelle des capitales et en travaillant avec elles. Les retombées médiatiques et publiques sont beaucoup plus importantes, en général, que si on organise des activités à des endroits peu visités par les gens d'une ville.

Ai-je répondu à votre question?

Le sénateur Massicotte : Oui. Plus tôt, des témoins ont abordé la question de l'image de marque. Selon eux, il faut toujours avoir un objectif et faire connaître l'image que l'on cherche. Ils recommandaient fortement que l'image à promouvoir soit celle de la crédibilité combinée à l'innovation. Êtes-vous d'accord avec cette proposition, avec cette image à laquelle on devrait aspirer pour montrer le Canada sous un nouveau jour, par rapport à la perception que nous sommes des habitants et avant tout une terre reconnue pour ses ressources naturelles? Avez-vous des commentaires à ce sujet?

Mme Charron : Cette image de crédibilité et de culture sophistiquée passe à travers tous les secteurs de la culture. Plus tôt, je pensais à ces annonces publicitaires de la carte de crédit Visa où on voyait, à la fin, un message qui disait que ces expériences n'avaient pas de prix. On nous montrait des gens qui assistaient à un opéra ou à une activité culturelle. Combien de fois ai-je été à une salle de concert où on faisait une ovation devant des artistes de mon pays? Quel sentiment inouï de fierté! Cela démontrait la force et l'impact de ces artistes sur un public étranger.

Je suis revenue d'une tournée en France où cette fois je jouais dans une production. C'était notre première tournée internationale. On était un peu nerveux. On se demandait si les gens étaient pour aimer le spectacle. La réception a été tout à fait inouïe. Je ne vous parle pas de cet exemple parce que je suis fière du succès de ce spectacle, mais parce que cela démontre que ce qui est créé ici — qui est inspiré de ce que nous sommes — traverse plus facilement les frontières que n'importe quelle campagne publicitaire ou n'importe quel produit économique.

[*Traduction*]

M. Mazza : Je suis tout à fait d'accord. Merci, madame Charron, c'est vraiment formidable.

J'ajouterais qu'il y a deux niveaux à considérer. Il y a d'abord cet effet de simulation économique dont je parlais. La totalité des sommes investies dans la culture entraînent des retombées. C'est

On the other side, what it does for Canada and Europe, Senator Massicotte — it changes the face. We clearly see it all the time. In my full life of touring, as Ms. Charron has shared with us, we see the difference. The perception — then you buy things.

I'll give you a couple of examples. We all remember in 1972 that famous hockey game — Russia and Canada. It was very close. We won in overtime. First of all, we didn't know they played hockey and at that level. How many Ladas did they sell us following that hockey game? It was a question of perception; we suddenly changed.

Cuba is another example. Last week, in this effort to change the way they are seen by the American public — imagine — they rented the Kennedy Centre in Washington and sent in 25 of their top artists for a major concert. That is PR movie. Cuba, of course, is known for its culture. They have exported it. They want to change that face that many people have wrongly — it's a clear indication.

Why do they go through such great expenses? They know, and we know. Those of us who travel a lot see directly that perception sells; that perception changes our negotiating position, our position of respect and that sophistication we are showing.

It's not false; that is real. There is so much here on all sides. It should be shown.

Senator Cordy: Thank you very much both. You have really contributed a lot to the dialogue as we work on developing a report.

My question is for Mr. Mazza. You spoke about 1971 when Prime Minister Trudeau — the first Prime Minister Trudeau — brought in the Canadian content policy. I remember that. I wasn't very old. I do remember. It wasn't without controversy at the time, but it did a tremendous job of promoting the arts, particularly the film industry and the performing arts in Canada, I believe. We still see the results. Although with changes in technology and so on, it probably doesn't have the impact it had in 1971.

Mr. Mazza, you also spoke about serious media shortfalls in promoting the arts. You spoke about the role of the CBC. CBC is our national broadcaster. It is funded in part by Canadian taxpayers. What should the role of CBC be in promoting the arts in Canada? Are they doing enough? What more should be done?

un véritable moteur économique. Selon les statistiques, pour chaque dollar investi, on obtient 6 $ en activité économique.

D'un autre côté, sénateur Massicotte, pour le Canada et l'Europe, cela change la perception. Nous le voyons clairement continuellement. Lors de mes tournées, comme Mme Charron l'a mentionné aussi, j'ai vu la différence. C'est la perception qui change, et des produits se vendent.

Je vais vous donner quelques exemples. Nous nous souvenons tous de cette partie de hockey en 1972 qui opposait la Russie au Canada. C'était très serré. Nous avons gagné en prolongation. Premièrement, nous ne savions pas que les Russes savaient jouer au hockey de cette façon. Combien de Lada nous ont-ils vendues après cette partie de hockey? C'était une question de perception; notre perception a soudainement changé.

Cuba est un autre exemple. La semaine dernière, dans le cadre de ses efforts pour changer la perception des Américains — imaginez — Cuba a loué le Kennedy Centre à Washington pour présenter un grand concert mettant en vedette 25 artistes cubains parmi les plus populaires. C'est un exercice de relations publiques. Bien entendu, Cuba est reconnu pour sa culture, qu'il a su exporter. Il est clair que ce pays souhaite changer la perception erronée qu'ont bien des gens à son égard.

Pourquoi en fait-il autant? Il le sait bien, et nous aussi. Ceux d'entre nous qui voyagent beaucoup voient bien que le changement des perceptions est profitable. La perception modifie notre position de négociation, notre degré de respect et notre raffinement.

C'est tout à fait vrai. Il y a tant de choses que nous devrions faire valoir.

La sénatrice Cordy : Je vous remercie beaucoup tous les deux. Vous avez largement contribué à la discussion, qui nous aidera à élaborer notre rapport.

Ma question s'adresse à M. Mazza. Vous avez parlé du premier ministre Trudeau — le premier premier ministre Trudeau — qui a mis en place en 1971 une politique sur le contenu canadien. Je m'en souviens. J'étais assez jeune, mais je m'en souviens. Cette politique a suscité une certaine controverse à l'époque, mais elle a très bien réussi à faire la promotion des arts, particulièrement de l'industrie cinématographique et des arts de la scène au Canada, si je ne m'abuse. Nous en voyons encore les résultats. Quoique, étant donné l'évolution de la technologie, elle n'a probablement pas les mêmes répercussions qu'elle a eues en 1971.

Monsieur Mazza, vous avez aussi affirmé que les médias n'ont pas suffisamment fait la promotion des arts. Vous avez parlé du rôle de CBC. CBC est notre radiodiffuseur public. Elle est financée en partie par les contribuables canadiens. Quel rôle devrait jouer CBC dans la promotion des arts au Canada? En fait-elle suffisamment? Que devrait-elle faire de plus?

Mr. Mazza: That's an excellent question, thank you. Before I answer the CBC question, I wanted to refer to 1971. When I said I was involved, I was 15 years old. I lived in Ottawa at the time. I played in a band that was discovered. We recorded a great song in Toronto. Then a record company, an American multinational, at the end of the day looked up and said, "Oh, but you're Canadian, so you will never get airplay."

Do you remember The Guess Who? They got that name because they were popular locally at the time, but when they recorded, they said, "This is a great hit." They recorded in Detroit. Then they said, "Let's not put our name on it. Guess who?" they asked. It was sent out, and it stuck. "Shakin' All Over " was the song. It became an international hit.

At that time, there was a great debate in Canada when that happened, because there were a lot of groups in Canada — Lighthouse — many groups were having a difficult time getting airplay, just because we did not own our distribution system, the air waves, et cetera.

That was a forced situation that had great benefits we are benefitting from today.

Getting to the CBC, it's a great system we have. It's a great model and well respected around the world. It has been cut down to the minimum. It can only do what it can do. It's struggling. Number one, it has to be funded and kept up to be objective, so it doesn't become a FOX or any of that. That's the wonderful thing — to promote Canada. It's like the railway. The national railway brought Canada together. The CBC did that and should continue to do that.

I see Global Affairs as a way for what we do as Canadians, as artists or anyone in the world — what is going on in the world reported back to us and for to us know what is going on. It is, after all, our tax dollars — also represents us. It's good to see that — and also promote locally, through our network that would be established. It has to be well funded, of course — someone to report back and report locally.

I had the experience when we went to Hong Kong at one point. Somebody from CBC contacted us and did a report. By the time we got back to Canada, the*Ottawa Citizen*, the *Gazette* — I live in Montreal now — big articles on the success of this Canadian group. Then there was an article in Hong Kong that we performed these Canadian works. There were compositions by Canadians.

M. Mazza : C'est une excellente question. Je vous remercie. Avant de répondre à la question concernant CBC, je voudrais revenir sur la politique de 1971. J'ai dit que j'avais apporté ma contribution. J'avais 15 ans à l'époque et j'habitais à Ottawa. Je faisais partie d'un groupe qui a été découvert. Nous avons enregistré une excellente chanson à Toronto. Ensuite, une maison de disques, une multinationale américaine, nous a dit : « Ah, vous êtes Canadiens, alors votre chanson ne sera jamais diffusée. »

Vous souvenez-vous des Guess Who? Ce groupe était populaire localement, et lorsqu'il a enregistré sa chanson, elle s'est révélée très populaire. L'enregistrement a eu lieu à Detroit. Le nom du groupe vient du fait qu'on ne voulait pas utiliser les noms des membres, alors on a proposé Guess Who. La chanson, ***Shakin' All Over***, a eu beaucoup de succès. Elle est devenue un succès international.

À cette époque, il y avait un grand débat au Canada, car de nombreux groupes, comme Lighthouse, avaient beaucoup de difficulté à faire diffuser leurs chansons, simplement parce que nous n'avions pas notamment notre propre système de distribution.

Cette politique a été très avantageuse, et nous en profitons encore aujourd'hui.

En ce qui concerne CBC, c'est un excellent radiodiffuseur. C'est un excellent modèle qui est respecté partout dans le monde. Son financement a été réduit au minimum, et elle fait ce qu'elle peut. C'est difficile. Premièrement, elle a besoin de financement et elle doit demeurer objective, afin d'éviter qu'elle ne devienne comme le réseau FOX, par exemple. Ce qui est merveilleux, c'est qu'elle peut faire la promotion du Canada. C'est comme le chemin de fer. Le chemin de fer national a établi des liens entre les différentes régions du Canada. C'est ce qu'a réussi à faire CBC également, et c'est ce qu'elle devrait continuer de faire.

À mon avis, Affaires mondiales peut contribuer à faire connaître le travail des artistes canadiens sur la scène internationale pour que nous sachions ce qui se passe ailleurs. Après tout, on utilise l'argent des contribuables, alors on doit nous représenter. C'est une bonne chose. Il faut aussi faire la promotion à l'échelon local par l'entremise d'un réseau bien établi. Le financement doit être suffisant, bien entendu, si nous voulons être informés de ce qui se passe ailleurs et ici.

À un moment donné, nous sommes allés à Hong Kong. Un journaliste de CBC a communiqué avec nous et a fait un reportage. Lorsque nous sommes revenus au Canada, nous avons vu des articles publiés dans l'*Ottawa Citizen* et dans la *Gazette* — j'habite à Montréal maintenant — relatant le succès de ce groupe canadien. Un article a également été publié à Hong Kong sur le sujet. On parlait de talents canadiens.

It adds to the discourse. That media connection, for me, is very important. It's market. Also information — it's important. It should not just be Twitter; it should be real reporting that is objective.

[*Translation*]

The Acting Chair: Ms. Charron, you may make one last comment. Please go ahead.

Ms. Charron: When I was in New York for the CBC, there were cultural correspondents there whose reports were being relayed to Montreal and the whole CBC network. They were also in other major cities. When I was the director of Violons du Roy, I did some amazing projects with CBC Radio 2, which was not only a media partner, but also a partner that invested in projects. I remember for instance taking La Chapelle de Québec to perform Handel's *Messiah* at Disney Hall in Los Angeles, which had just opened. The CBC and the producer were present. The show was broadcast in all the zones and on the international network. These platforms provided outstanding visibility. In my opinion, there is a role for non-commercial radio to educate, inform, cultivate and inspire. It is unfortunate that its budget has been cut in recent years.

Ultimately, I have two passions in life. The first is culture. The second is understanding and discovering what is happening around the world, bringing people on the planet together. My work is satisfying for me day. I continue to bring together artists and their overseas partners to create projects which, I hope, will be long-lived. Since we were invited here today, I hope Canada will give serious thought to establishing new long-term measures that will make a difference in the work of people such as Mr. Mazza and me.

The Acting Chair: Thank you. That is the purpose of our committee. You both illustrate that this meets a need. You can count on us. Our study will lead to a report.

[*English*]

We heard the message loud and clear.

[*Translation*]

Many thanks to both of you. You can follow our study's progress over the Internet.

(The committee adjourned.)

Cela alimente la discussion. Ce lien avec les médias est très important pour moi. C'est bien pour le marketing. L'information est également importante. Il ne faut pas se limiter à Twitter; il faut aussi de véritables reportages objectifs.

[*Français*]

Le président suppléant : Madame Charron, vous pouvez faire un dernier commentaire. À vous la parole.

Mme Charron : Lorsque j'étais à New York pour Radio-Canada, il y avait des correspondants culturels sur place qui faisaient des reportages relayés à Montréal et dans tout le réseau de la Société Radio-Canada. Ils étaient présents dans d'autres grandes villes. Lorsque j'étais directrice des Violons du Roy, j'ai réalisé des projets extraordinaires avec CBC Radio 2, qui était non seulement un partenaire médiatique, mais aussi un partenaire qui investissait dans des projets. Je me rappelle, entre autres, d'avoir amené La Chapelle de Québec faire le *Messie* de Handel à Disney Hall, à Los Angeles, qui venait tout juste d'ouvrir. Radio-Canada et le producteur étaient présents. Ce spectacle a été radiodiffusé partout sur les zones et dans le réseau international. Il s'agissait de plateformes de visibilité incroyables. À mon avis, il y a de la place pour une radio non commerciale dont le but est d'éduquer, d'informer, de cultiver et d'inspirer. Je trouve malheureux qu'ils aient subi des compressions budgétaires au cours des dernières années.

Enfin, j'ai deux passions dans la vie. La première, c'est la culture. La deuxième, c'est de comprendre et de découvrir ce qui se passe à l'échelle internationale, le rapprochement des humains sur cette planète. Mon travail me comble tous les jours. Je continue à mettre en lien des artistes et leurs partenaires d'outre-mer pour faire naître des projets qui, je le souhaite, dureront longtemps. Puisque nous avons été invités aujourd'hui, j'ose espérer que le Canada réfléchira sérieusement à mettre en place de nouvelles mesures à long terme qui feront une différence dans le travail que font des gens comme M. Mazza et moi.

Le président suppléant : Je vous remercie. C'est le but de notre comité. Vous êtes la preuve, tous les deux, que cela répond à un besoin. Vous pouvez compter sur nous. Notre étude mènera à un rapport.

[*Traduction*]

Nous avons bien compris le message.

[*Français*]

Nous vous remercions tous les deux. Vous pouvez suivre les progrès de notre étude sur Internet.

(La séance est levée.)

EVIDENCE

OTTAWA, Thursday, June 14, 2018

The Standing Senate Committee on Foreign Affairs and International Trade met this day at 10:33 a.m. to study the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters.

Senator A. Raynell Andreychuk (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: Honourable senators, the committee has been authorized by the Senate to study the impact and utilization of Canadian culture and arts in Canadian foreign policy and diplomacy, and other related matters. Under this mandate, the committee is pleased to continue its study today.

I will ask the senators to introduce themselves.

Senator Bovey: Pat Bovey, an independent senator from Manitoba.

Senator Dawson: Dennis Dawson, Quebec.

[*Translation*]

Senator Cormier: René Cormier from New Brunswick.

Senator Massicotte: Paul J. Massicotte, a very independent senator from Montreal.

[*English*]

Senator Oh: Victor Oh, Ontario.

Senator Greene: Stephen Greene, very, very independent senator from Nova Scotia.

[*Translation*]

Senator Housakos: Leo Housakos, a very Conservative senator from Montreal.

[*English*]

The Chair: I'm Raynell Andreychuk from Saskatchewan, chair of the committee.

Thank you for coming before us today. We have, by video conference from Vancouver, Dr. Ron Burnett, President and Vice-Chancellor of the Emily Carr University of Art and Design. Dr. Burnett, can you hear us?

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le jeudi 14 juin 2018

Le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international se réunit aujourd'hui, à 10 h 33, pour étudier l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes.

La sénatrice A. Raynell Andreychuk (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

La présidente : Honorables sénateurs, le Sénat a autorisé le comité à étudier l'impact de la culture et des arts canadiens sur la politique étrangère et la diplomatie du Canada ainsi que leur utilisation dans ces domaines, et d'autres questions connexes. Conformément à ce mandat, le comité est fier de poursuivre aujourd'hui son étude.

J'invite les sénateurs à se présenter.

La sénatrice Bovey : Pat Bovey, une sénatrice indépendante du Manitoba.

Le sénateur Dawson : Dennis Dawson, du Québec.

[*Français*]

Le sénateur Cormier : René Cormier, du Nouveau-Brunswick.

Le sénateur Massicotte : Paul J. Massicotte, sénateur très indépendant, de Montréal.

[*Traduction*]

Le sénateur Oh : Victor Oh, de l'Ontario.

Le sénateur Greene : Stephen Greene, un sénateur extrêmement indépendant de la Nouvelle-Écosse.

[*Français*]

Le sénateur Housakos : Leo Housakos, sénateur très conservateur, de Montréal.

[*Traduction*]

La présidente : Je m'appelle Raynell Andreychuk. Je suis une sénatrice de la Saskatchewan et je suis présidente du comité.

Merci d'avoir accepté notre invitation aujourd'hui. Nous avons, par vidéoconférence, Ron Burnett, président et vice-chancelier de l'Université d'art et de design Emily Carr. Monsieur Burnett, nous entendez-vous?

Ron Burnett, President and Vice-Chancellor, Emily Carr University of Art and Design: I can hear you, but I can't see you.

The Chair: That might be a blessing for you. We do have difficulties with video conferencing from time to time. We will continue, and the technicians will look into you gaining vision as well as sound for this meeting.

In Ottawa, we have before us Jean R. Dupré, President and CEO of Orchestre Métropolitain; and Brigitte Proucelle, Cultural and Scientific Counsellor, Embassy of France to Canada.

We thank all of you for coming. We know that you have different perspectives and different interests, and we are trying to make sure we can hear as many witnesses as we can during this very difficult time in June when we have so much legislation coming through. We appreciate you sharing your different perspectives with us.

I will go to the video conference first to ensure that we still have at least the audio. Dr. Burnett, I'm going to ask you to start with a short intervention, because we do want to save time for questions. Welcome to the committee. The floor is yours.

Mr. Burnett: Thank you very much. It really is an honour to meet with you all. I appreciate the opportunity to give you a short presentation and answer your questions as they arise.

Very briefly, I've visited over 20 countries during my 22-year tenure as president at Emily Carr. In general, the support I received from federal and provincial governments varied depending on locations I was visiting. It also depended in large measure [*inaudible*] a given country.

In general, the actual awareness of Canadian diplomats [*inaudible*] is good, but it is not at the top of the priority list of work and engagement. This is largely because culture in Canada is divided into regions, and often the amazing amount of cultural work going on in this country is not recognized from within, let alone abroad. Some of our icons in literature are recognized, but this is a very small number.

For example, we ran a major design exhibition at Canada House in London. This happened because the ambassador at the time was interested in Canadian design and its history. Emily Carr played a major role in designing the exhibit and choosing the items to be displayed. We also helped to promote it. However, the exhibit was limited to achievements in British Columbia. This was in 2015, but there has been no follow-up

Ron Burnett, président et vice-chancelier, Université d'art et de design Emily Carr : Je vous entends, mais je ne vous vois pas.

La présidente : C'est peut-être votre jour de chance. La vidéoconférence nous cause des maux de tête de temps à autre. Nous poursuivrons la réunion, et les techniciens essaieront de vous donner l'image et le son pour la réunion.

À Ottawa, nous avons devant nous Jean R. Dupré, président-directeur général de l'Orchestre Métropolitain, et Brigitte Proucelle, conseillère culturelle et scientifique à l'ambassade de France au Canada.

Merci de votre présence. Nous savons que vous avez des points de vue et des intérêts variés, et nous essayons d'entendre le plus grand nombre possible de témoins en juin, qui est une période très occupée, parce que nous sommes saisis de beaucoup de projets de loi. Nous vous remercions de venir nous faire part de vos divers points de vue.

Je vais débuter par la vidéoconférence pendant que nous avons encore au moins l'audio. Monsieur Burnett, je vous invite à faire un bref exposé, parce que nous voulons conserver du temps pour les séries de questions. Bienvenue au comité. Vous avez la parole.

M. Burnett : Merci beaucoup. C'est un grand honneur de vous rencontrer. Je vous suis reconnaissant de me donner l'occasion de faire un bref exposé et de répondre à vos questions qui en découleront.

J'aimerais très rapidement mentionner que j'ai visité plus de 20 pays durant mes 22 ans à titre de président de l'Université Emily Carr. Dans l'ensemble, le soutien que je reçois des gouvernements provincial et fédéral a varié en fonction des endroits que je visitais. Cela dépendait aussi en grande partie [*Note de la rédaction : inaudible*] d'un pays donné.

De manière générale, la sensibilisation des diplomates canadiens [*Note de la rédaction : inaudible*] est bonne, mais ce n'est pas la priorité en ce qui concerne le travail sur le terrain et la mobilisation. C'est principalement parce que la culture au Canada est divisée en régions; il arrive souvent que les Canadiens ne soient même pas conscients de l'énorme quantité d'œuvres artistiques produites au pays, et c'est donc encore moins le cas à l'étranger. Nous reconnaissons le travail de certains de nos artistes du milieu littéraire, mais c'est une minorité.

Par exemple, nous avons organisé une grande exposition de design à la Maison du Canada à Londres, parce que l'ambassadeur à l'époque s'intéressait au design canadien et à son histoire. L'Université Emily Carr a joué un grand rôle dans la conception de l'exposition et le choix des œuvres exposées. Nous avons aussi contribué à la promotion de l'exposition. Cependant, l'exposition se limitait aux réalisations d'artistes de

since then, even though the exhibition was well attended and reported in the British press. No Canadian press outlets responded or showed any interest.

Colombie-Britannique. C'était en 2015, mais il n'y a pas eu de suite depuis, même si l'exposition a attiré beaucoup de visiteurs et que la presse britannique en a parlé. Aucun média canadien n'a répondu à l'appel ou n'a démontré d'intérêt pour l'exposition.

I'll give another example. In the fall of 2015, we organized a major opening of the first comprehensive European exhibition of works by Emily Carr, with the aid of the Royal Bank. Emily Carr is arguably one of our greatest painters and is internationally renowned. This exhibition at the Dulwich Picture Gallery in London, one of the oldest museums in England, was a major breakthrough for Canadian art in Europe. The opening was attended by the Canadian ambassador and Prince Charles. This should have led to increased activity around the role and importance of Canadian painters and artists, but there was very little follow-up. In fact, attendance from the Canadian diplomatic community in Canada was paltry. The press in England and Europe celebrated the exhibition.

Voici un autre exemple. À l'automne 2015, nous avons organisé l'important vernissage de la première grande exposition européenne des œuvres d'Emily Carr, en collaboration avec la Banque Royale. Emily Carr est sans doute l'une de nos plus grandes artistes peintres et elle jouit d'une renommée internationale. Cette exposition à la Dulwich Picture Gallery à Londres, qui est l'un des plus vieux musées d'Angleterre, était une importante percée pour l'art canadien en Europe. L'ambassadeur canadien et le prince Charles ont assisté au vernissage. Cette exposition aurait dû entraîner une hausse de l'intérêt pour le rôle et l'importance des peintres et des artistes canadiens, mais très peu en a découlé. En fait, la participation du corps diplomatique canadien était dérisoire. La presse en Angleterre et en Europe a louangé l'exposition.

I present these two examples to you because I want to talk a little bit about how — and I'll have some suggestions at the end of this short presentation — difficult and challenging it is to really bring Canadian culture to the forefront of our diplomatic activities.

Je vous ai présenté ces deux exemples, parce que je tiens à vous exprimer un peu à quel point c'est difficile de vraiment mettre à l'avant-plan la culture canadienne dans nos activités diplomatiques, et j'aurai quelques suggestions à la fin de mon bref exposé.

I've attended meetings in Shanghai and Beijing about the importance of Canadian art to Chinese artists. Many of the top Chinese artists have received honourary doctorates from our university. Notwithstanding press releases and efforts to communicate these events to Ottawa and Foreign Affairs, little was done to build upon the foundation we were establishing, and no further interest was shown by Foreign Affairs.

J'ai assisté à des réunions à Shanghai et à Beijing où il était question de l'importance de l'art canadien pour les artistes chinois. Notre université a remis des doctorats honorifiques à de nombreux grands artistes chinois. En dépit des communiqués de presse et des mesures pour faire la promotion de ces événements auprès d'Ottawa et du ministère des Affaires étrangères, très peu a été fait pour faire fond sur ce que nous mettions en place, et cela n'a pas suscité davantage d'intérêt de la part du ministère des Affaires étrangères.

Too often, I have found that the knowledge base of Canadian diplomats and attachés is limited by their own experiences. It was not so long ago that Canadian embassies had extensive publications available on Canadian culture that went far beyond a few disciplines, but it is rare to see these now. Many of our international activities across a variety of areas are so decentralized that it's hard to develop coherent and shared policies in Canada, let alone overseas.

Je constate trop souvent que les connaissances des diplomates et des attachés canadiens se limitent à leurs propres expériences. Il n'y a pas si longtemps, les ambassades canadiennes offraient une vaste gamme de publications sur la culture canadienne qui ne se limitaient pas à quelques disciplines, mais c'est maintenant chose rare. Bon nombre de nos activités à l'étranger dans une multitude de domaines sont tellement décentralisées qu'il est difficile d'élaborer des politiques cohérentes et communes au Canada, encore moins à l'étranger.

As another example, arts education has the potential to be a connector across the world. I was the first international representative to sit on the board of the European League of Institutes of the Arts. There are over 300 such institutes in Europe and, by comparison, only four in Canada. During my tenure on the board, I received many requests for information about Canada and tried my best to inform people about the diversity of what we do and the uniqueness of our input across our wonderful country.

Voici un autre exemple. L'enseignement des arts peut devenir un élément rassembleur dans le monde. J'ai été le premier représentant étranger à siéger au conseil de la Ligue européenne des instituts d'art. Il y a plus de 300 de ces instituts en Europe, comparativement à seulement quatre au Canada. Durant mon mandat au conseil, j'ai reçu de nombreuses demandes d'information au sujet du Canada et j'ai essayé tant bien que mal d'informer les gens de la diversité de ce que nous faisons et du

caractère unique de notre contribution au sein de notre merveilleux pays.

The Government of Canada has a lot of information available when it comes to trade in cultural products, but far less available on specific cultural activities from province to province. This emphasis on trade is not a bad thing but should not exist in isolation of cultural production and output across a variety of disciplines. The lack of federal cultural institutions in places like Vancouver, Calgary and Regina means that the general knowledge in Ottawa about what's happening in the West is very limited. This makes it even more difficult to promote our cultural work abroad.

Le gouvernement du Canada dispose d'énormément de renseignements sur le commerce des produits culturels, mais c'est le jour et la nuit en ce qui concerne les activités culturelles précises d'une province à l'autre. Cet accent que nous mettons sur le commerce n'est pas une mauvaise chose en soi, mais cela ne devrait pas se faire sans tenir compte de la production culturelle dans un éventail de disciplines. Le manque d'institutions culturelles fédérales dans des villes comme Vancouver, Calgary et Regina signifie que les connaissances générales à Ottawa sur ce qui se passe dans l'Ouest canadien sont très limitées, et cela rend encore plus difficile la promotion de nos œuvres culturelles à l'étranger.

Of course, all of this takes investment and, from that point of view, there has over the last few years been a vast improvement in the availability of funds for cultural promotion internationally, but do we have any organizations like — House or the British Council? These are organizations of experts in a variety of fields who actively participate in local events around the world and get to know local stakeholders and often invest significantly in local events in Canada. This is the same with the French and Italian embassies and consulates across the country.

Évidemment, tout cela nécessite des investissements, et je dois dire qu'au cours des dernières années, à ce chapitre, il y a eu une grande amélioration dans les fonds disponibles pour la promotion de la culture à l'étranger, mais je me demande si nous avons des organismes tels que... La Maison du Canada ou le British Council? Ces organismes se composent de spécialistes dans un éventail de domaines qui participent activement aux événements locaux qui se tiennent dans le monde, qui apprennent à connaître les intervenants locaux et qui investissent souvent considérablement dans les événements locaux au Canada. C'est la même chose avec les ambassades et les consulats français et italiens partout au pays.

This is often about the promotion of culture in general and is not tied to any specific outcomes other than the recognition that culture is the heart of how any community defines itself, and there may be peripheral impacts ranging from simply knowing more to actual economic benefits.

Cela vise souvent la promotion de la culture en général, et ce n'est pas relié à des objectifs précis, mis à part de reconnaître que la culture est au centre de la manière dont se définit toute communauté; il peut y avoir des effets en périphérie, notamment l'acquisition de connaissances ou de véritables avantages économiques.

Let me return briefly to a major challenge for the future and offer some solutions. For example, we have a robust and growing design and technology area in Canada that covers everything from architecture to video games. We need internal policies in the country around these areas so those policies can be translated into the international arena. Yet, if you read the Creative Canada report put out by Heritage Canada, you will find the following points made. The discussion centres on Canadian creative entrepreneurs, asks for more diplomats to be made aware of the Canadian cultural industries and suggests greater investments in international trade fair and talks about the first federal trade cultural mission. These are all good and important efforts. The challenge is that much of this work cannot be done without a profound change in attitude about culture and cultural producers and creators.

Si vous me le permettez, j'aimerais revenir brièvement sur un grand défi pour l'avenir et vous offrir des solutions. Par exemple, nous avons un solide secteur du design et de la technologie en croissance au Canada qui regroupe tout, dont l'architecture et les jeux vidéo. Nous avons besoin de politiques internes au pays concernant ces domaines pour être en mesure d'en faire ressentir les effets à l'étranger. Or, si vous lisez le rapport sur le Canada créatif publié par Patrimoine canadien, vous verrez que les points suivants sont soulevés. Les discussions portent sur les entrepreneurs créatifs canadiens et demandent à ce que plus de diplomates soient mis au courant des industries culturelles canadiennes, et le rapport recommande d'investir davantage dans les foires commerciales internationales. Il est aussi question de la première mission commerciale culturelle fédérale. Ce sont toutes des mesures pertinentes et importantes. Le problème est qu'une très grande partie de ce travail ne peut pas être fait si nous ne modifions pas grandement notre attitude en ce qui a trait à la culture et aux producteurs et aux créateurs culturels.

Federal support for the arts has increased in recent years, but this comes after a decade of cutbacks. If we cannot build internal coherence and strength, how can we promote the diversity of what we create to the rest of the world? Although the budget of the Canada Council has increased in the last few years, it is not close to the level needed to sustain our cultural activities internationally. Only a tiny proportion of grants at the Canada Council is targeted for international relations and, even so, these have had a major impact. Imagine what a cross-ministerial, multidisciplinary effort internationally might do for the country and for our culture.

Le soutien fédéral pour les arts a augmenté au cours des dernières années, mais cela fait suite à une décennie de compressions. Si nous ne pouvons pas assurer à l'interne une certaine cohérence et force, comment pouvons-nous promouvoir la diversité de ce que nous créons auprès du reste du monde? Même si le budget du Conseil des arts du Canada a augmenté depuis quelques années, il est encore loin d'être suffisant pour soutenir nos activités culturelles à l'étranger. Seulement une petite proportion des subventions du Conseil des arts du Canada ciblent les relations internationales. Malgré tout, ces subventions ont eu des effets énormes. Demandez-vous ce qu'une initiative interministérielle et multidisciplinaire à l'étranger pourrait accomplir pour le pays et notre culture.

To be quite pragmatic, I have some suggestions. The challenge we have is visibility in a very competitive world. Creative work in Canada is on par with any country, but we are not good at promotion and don't have institutions and organizations that can maintain an awareness of what we do at the international level. Awareness happens over time and requires continuous work over decades, not years. An audit needs to be done of our major international embassies to determine the extent of expertise of Canadian diplomats involved in promoting and connecting Canadian culture.

Pour être très pragmatique, j'ai quelques suggestions. Notre problème est la visibilité dans un milieu très concurrentiel. Les œuvres de création au Canada sont comparables à ce qui se fait ailleurs, mais la promotion n'est pas notre force, et nous n'avons pas d'institutions ou d'organismes qui peuvent faire en continu la promotion de ce que nous faisons à l'étranger. L'apprivoisement prend du temps, et cela exige de le faire de manière continue sur plusieurs décennies et non des années. Il faut réaliser un audit de nos principales ambassades à l'étranger pour déterminer le degré d'expertise des diplomates canadiens qui sont chargés de faire la promotion de la culture canadienne et d'établir des liens.

A second suggestion is that the heritage minister has announced she will establish a Creative Industries Council co-chaired with the Minister of Science, Innovation and Economic Development. This new council should have the added mandate of exploring investing in Canadian culture overseas.

Deuxièmement, la ministre du Patrimoine a annoncé qu'elle mettra sur pied un Conseil des industries créatives qu'elle coprésidera avec le ministre de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique. Nous devrions ajouter au mandat de ce nouveau conseil d'envisager d'investir dans la culture canadienne à l'étranger.

Third, the role of Canadian design is not understood internally or externally. We need to strengthen internal knowledge of the richness of Canadian design as the foundation for external promotion and establish a Canadian design council to achieve as much as the British and the Dutch have.

Troisièmement, le rôle du design canadien n'est pas compris au Canada ou à l'étranger. Nous devons renforcer nos propres connaissances au sujet de la richesse du design canadien en vue de nous en servir pour sous-tendre la promotion à l'étranger et établir un conseil du design canadien en vue d'arriver à en faire autant que les Britanniques et les Néerlandais.

Number four is to mandate Statistics Canada to be more current in its figures on Canadian culture as a priority in order to more fully understand the key role of Canadian culture nationwide and tie this work into work at the international level.

Quatrièmement, je propose de demander à Statistique Canada d'avoir comme priorité des données plus actuelles sur la culture canadienne en vue de mieux comprendre le rôle clé que joue la culture canadienne au pays et de nous en servir pour orienter nos initiatives à l'étranger.

Five, consider hiring more attachés with an intimate knowledge of the creative sector in Canada and provide more training and information to our consulates and embassies.

Cinquièmement, nous devrions envisager d'embaucher plus d'attachés qui connaissent bien le secteur canadien de la création et d'offrir d'autres formations et plus d'information au personnel de nos consulats et de nos ambassades.

Finally, number six, Canadian artists are experimenting at the cutting edge of areas like virtual and augmented reality, social media, new forms of distribution for traditional media, new materials, 3D printing, the digital reinvention of sound technologies and outreach in Indigenous and Northern

Enfin, comme sixième suggestion, les artistes canadiens font l'expérience des technologies de pointe comme la réalité virtuelle et augmentée, les médias sociaux, les nouvelles formes de distribution des médias traditionnels, les nouveaux matériaux, l'impression 3D, la réinvention numérique des technologies du

communities using digital technologies. I could go on and on; we are so rich in our cultural forms and expressions. These activities are parallelled in other countries. We need some ground-level strategic thinking about how to promote all these innovative activities from our creative sector, and we need it urgently because, quite frankly, at the international level, in Asia, where I have been many times, we are deeply respected, admired and loved to some extent in many of the countries I've visited, but in the end we haven't provided enough information to those countries to fully understand who we are. Sometimes exchanges and visits work, but in general we need something of a broad strategy in our international area regarding culture.

Thank you.

The Chair: Thank you, Dr. Burnett. I will now turn to Mr. Jean Dupré for the next presentation.

[*Translation*]

Jean R. Dupré, President and CEO, Orchestre Métropolitain: Thank you. This invitation to provide my comments probably has something to do with the recent international tour of the Orchestre Métropolitain, or OM, and the great success and incredible impact it had as a result.

Culture is a universal gateway, a way of rapidly establishing one's presence, a way to make contacts on neutral ground and to encourage mutual exchanges and discoveries of values. The culture of a people is the best window through which to know and understand them. The culture of our people is the best way to make ourselves known and understood. At a time when religious, political and environmental issues may divide and compromise those exchanges, using culture as a lever and a tool of diplomacy makes good sense and is all-important. Like sport, culture also plays a role as the emblem of a nation.

The role of an orchestra conductor is often likened to the role of a leader. The key elements of cultural diplomacy are, in our view, reflected in those who assume respectful, positive and innovative leadership roles. They exemplify bars being raised, models of wise management, both administrative and human, and organizations that embody inclusion and span generations.

There are just as many examples of major economic levers and new ways of governing, of building bridges, of communicating with each other. These values are at the core of the Canadian government's focus and are symbolized by its artists, such as the OM and its director, Yannick Nézet-Séguin.

son et la présence dans les communautés autochtones et du Nord grâce aux technologies numériques, et j'en passe. Nos expressions et nos formes culturelles sont d'une grande richesse. Ces activités ont aussi lieu dans d'autres pays. Nous devons réfléchir à une stratégie quant à la manière de faire la promotion sur le terrain de ces activités novatrices dans notre secteur de la création; qui plus est, il y a urgence, parce qu'à l'étranger, en toute franchise, en Asie, où je me suis rendu à de nombreuses reprises, les nombreux pays que j'ai visités ont un profond respect et une grande admiration pour nous et nous adorent dans une certaine mesure. Toutefois, en fin de compte, nous n'avons pas fourni suffisamment de renseignements à ces pays pour les aider à bien comprendre notre identité. Il arrive parfois que des visites et des échanges soient suffisants, mais nous avons besoin en général d'une stratégie globale en ce qui a trait à notre culture à l'étranger.

Merci.

La présidente : Merci, monsieur Burnett. Je cède maintenant la parole à M. Jean Dupré pour son exposé.

[*Français*]

Jean R. Dupré, président-directeur général, Orchestre Métropolitain : Merci. Cette invitation à m'exprimer n'est sans doute pas étrangère à la récente tournée internationale de l'Orchestre Métropolitain (OM) et au grand succès et au rayonnement incroyable qui en ont découlé.

La culture est une porte d'entrée universelle, une façon de se positionner rapidement, d'établir des contacts en terrains neutres et de favoriser les échanges et la découverte des valeurs des uns et des autres. La culture d'un peuple est la meilleure vitrine pour connaître, comprendre. La culture de notre peuple est la meilleure façon de se faire connaître et de se faire comprendre. Dans une période où des questions religieuses, politiques et environnementales peuvent diviser ou compromettre les échanges, l'utilisation de la culture comme levier et comme outil de diplomatie prend toute son importance et tout son sens. À l'instar du sport, la culture joue désormais un rôle d'emblème national.

On fait souvent un rapprochement entre le rôle de chef d'orchestre et celui de dirigeant. Les éléments clés de la diplomatie culturelle se reflètent, selon nous, par des figures qui exercent un leadership respectueux, positif et novateur, des exemples de dépassement de soi, des modèles de saine gestion, tant au chapitre administratif qu'humain, et des organismes qui incarnent l'inclusion et la force de la mixité des générations.

Autant d'exemples qui représentent les divers leviers économiques importants et doivent inspirer de nouvelles façons de gouverner, de tisser des liens, de dialoguer. Ces valeurs sont au centre des préoccupations du gouvernement canadien et sont symbolisées par les artistes d'ici, comme l'OM et son chef, Yannick Nézet-Séguin.

The OM made its first foray abroad with high-quality recordings and, very recently, with its first European tour, which was a huge success. What a unique opportunity for the Canadian government to be part of everything that might be seen through such a Canadian window! A young Canadian conductor, in demand around the world, and a hundred trained musicians, who left, dressed in the Canadian designs of Marie Saint Pierre and Aldo, to give concerts that included Canadian and Quebec works with internationally recognized Canadian soloists, performing in the most prestigious European concert halls and achieving a stunning success.

L'OM a fait ses premières armes à l'étranger avec des enregistrements de grande qualité et, tout récemment, une toute première tournée européenne couronnée d'un immense succès. Quelle occasion unique pour le gouvernement de s'approprier tout ce qui peut découler d'une telle vitrine canadienne! Un jeune chef d'orchestre canadien, sollicité dans le monde entier, et une centaine de musiciens formés ici partent, habillés par les créateurs canadiens Marie Saint Pierre et Aldo, présenter des concerts comptant des œuvres québécoises et canadiennes avec des solistes d'ici qui sont reconnus sur la scène internationale, et ce, dans les plus prestigieuses salles d'Europe, et obtiennent un succès retentissant.

But the Canadian government did not seize that opportunity for diplomatic dialogue, supported by the presence of Yannick Nézet-Séguin and the musicians of the OM as its major Canadian ambassadors.

Or, l'occasion n'a pas été saisie par le gouvernement canadien d'entreprendre un dialogue diplomatique soutenu par la présence de ces grands ambassadeurs culturels que sont les musiciens de l'OM et Yannick Nézet-Séguin.

The OM was able to undertake that tour because of its donors, its private sponsors and the good will of key people abroad who agreed to welcome our orchestra. Of the budget of $1.4 million, 44 per cent of the costs came from private donations, 36 per cent from the European venues that welcomed the orchestra, 15 per cent from a grant from the Conseil des arts et des lettres du Québec, and only 5.5 per cent from the Canada Council for the Arts, the sum of $90,000 in a budget of $1.4 million.

L'OM a pu réaliser cette tournée grâce aux donateurs, aux commanditaires privés et à la volonté des acteurs clés à l'international à recevoir notre orchestre canadien. Sur un budget de 1,4 million de dollars, 44 p. 100 des coûts ont été absorbés à l'aide de dons privés, 36 p. 100, par les salles européennes qui ont accueilli l'orchestre, 15 p. 100, grâce à une subvention du Conseil des arts et des lettres du Québec, et seulement 5,5 p. 100 par le Conseil des arts du Canada, soit 90 000 $ sur un budget de 1,4 million.

Is that the position that the Canadian government really wants to be in? To the extent that the government claims to recognize the importance of cultural diplomacy, it will come as no surprise to you if I seize this opportunity to encourage the federal government to step to the forefront, to work in advance to support organizations that so powerfully showcase Canadian culture and our talented artists overseas.

Est-ce la position que le gouvernement canadien souhaite réellement occuper? Dans la mesure où ce dernier tend à reconnaître l'importance de la diplomatie culturelle, vous ne serez pas étonnés que je saisisse l'occasion d'encourager le gouvernement fédéral à être un chef de file, à travailler en amont pour soutenir les organismes qui lui permettent de faire rayonner aussi puissamment la culture canadienne et le talent des artistes d'ici à l'étranger.

Each of the seven concerts on the tour was a triumph. In cities where the greatest orchestras of the world vie for the stages, a German critic even called the OM an orchestra that is setting new standards. In our view, the federal government's involvement in such a fruitful project, with its incredible diplomatic potential, was simply nowhere to be seen.

Chacun des sept concerts de cette tournée a été un triomphe. Dans des villes où les plus grands orchestres du monde se disputent la scène, un critique allemand a même caractérisé l'OM comme l'orchestre qui impose de nouveaux standards. Nous sommes d'avis que l'engagement du gouvernement fédéral envers un projet aussi porteur, qui a un potentiel diplomatique incroyable, n'était tout simplement pas au rendez-vous.

Provincial authorities, on the other hand, did take the initiative to contact us and to organize various opportunities for interaction in Europe. We invite the Senate to reflect on the reasons that led to this lack of leadership from federal authorities, at a time when everything was in place and the situation was very favourable for Canada to benefit from it.

Les instances provinciales, pour leur part, ont pris l'initiative de nous contacter et d'organiser différentes occasions d'échanges en sol européen. Nous invitons le Sénat à réfléchir aux raisons qui ont conduit à ce manque de leadership de la part des instances fédérales, au moment où tout était en place et que le contexte était très favorable pour que le Canada puisse en tirer profit.

When the Senate asks us what strengthens or limits the use of cultural diplomacy nationally and internationally, one observation stands out: international players are much more forthcoming in terms of initiative. They recognize something

Lorsque le Sénat nous demande ce qui favorise ou limite l'utilisation de la diplomatie culturelle dans les cadres nationaux et internationaux, un constat s'impose : les acteurs internationaux sont beaucoup plus présents et au-devant en

unique in Canadian talent. Our own nation seems to notice, encourage and support that talent only as an afterthought.

In that context, we recommend that, as a nation, we encourage the spread of Canadian talent with funding models tailored to the needs and the projects of the organizations. We would like better support in exporting Canadian culture. Currently, cultural organizations have to respond to the themes, the directions, the standards and the priorities of the government, even to the point of being entirely distanced from their mission. This is to gain access to budgets that, while helpful, are designed for less relevant projects that are outside their mission, short-term and with little possibility of expansion. Therein, we see a danger of cultural missions losing their very nature.

We also urge the Canadian government to adopt a more global and more equitable vision when allocating its grants to culture. You may be surprised to learn that the OM receives the equivalent of 3 per cent of its total revenue from the Canada Council for the Arts, even after last year's complete review of its files. This figure places the OM thirteenth and last among major Canadian orchestras, which, on average, receive amounts equivalent to 8 to 10 per cent of their total revenue. This imbalance is much less conspicuous provincially, where the Government of Quebec contributes $1.6 million to our orchestra.

Paradoxically, the interest in Canada on international stages is conspicuous. We feel eyes constantly turning to Canadian talent. Many celebrated Canadians are securing renown for our country from international stages. Canada is an incubator for talent, and the government should be a major supporter of the organizations and the artists that want to develop their art. We must not forget that the return on investment is very real. The benefits from the OM's recent tour are huge. They are evident in Montreal, in Quebec, in Canada, and now overseas. As testimony thereof, we have upcoming international partnerships, including a second recording on the renowned Deutsche Grammophon label next November, and a second tour very shortly to be confirmed for the 2019-20 season.

Our director Yannick Nézet-Séguin has serious questions about the funding provided to the OM and to the world of culture. He has drafted a letter that will be sent in the coming days to the Prime Minister's office, asking for a meeting to discuss the difficulties our orchestra is experiencing in gaining the ear of federal authorities, specifically the Canada Council for the Arts, and to gain recognition of the true value of an organization like ours that does so much to promote Canadian culture at home and abroad.

matière d'initiative. Ils reconnaissent dans le talent canadien quelque chose d'unique. C'est à retardement seulement que notre propre nation semble percevoir, encourager et soutenir ce talent.

En ce sens, nous recommandons que le cadre national favorise et encourage le déploiement du talent canadien avec des modèles de financement adaptés aux besoins et aux projets des organismes. Nous souhaitons un meilleur soutien à l'exportation de la culture canadienne. Actuellement, les organismes culturels doivent répondre aux thèmes, aux orientations, aux normes et aux priorités du gouvernement, quitte à s'éloigner complètement de leur mission, et ce, pour avoir accès à des enveloppes budgétaires fort intéressantes, mais qui visent des projets moins pertinents, en dehors de leur mission, plutôt éphémères et à faible possibilité de rayonnement. Nous y voyons un risque de dénaturation des missions culturelles.

Nous encourageons également le gouvernement canadien à assurer une vision plus globale et plus équitable dans l'attribution de ses subventions à la culture. Vous serez peut-être surpris d'apprendre que l'OM reçoit l'équivalent de 3 p. 100 de ses revenus totaux de la part du Conseil des arts du Canada, et ce, même après la révision complète de l'ensemble des dossiers l'an dernier. Ce ratio le classe au 13^e^ et dernier rang des grands orchestres canadiens qui, en moyenne, reçoivent des montants équivalents à 8 à 10 p. 100 de leurs revenus totaux. Ce déséquilibre est beaucoup moins marqué du côté provincial, où le gouvernement du Québec verse à notre orchestre 1,6 million de dollars.

Paradoxalement, l'intérêt qui est exprimé sur la scène internationale à l'égard du Canada est palpable. On sent un regard constant tourné vers le talent canadien. De nombreuses personnalités canadiennes assurent au pays un rayonnement partout à travers le monde grâce à des tribunes données à l'échelle internationale. Le Canada est un incubateur de talents, et le gouvernement devrait être un accompagnateur de premier plan des organismes et des artistes désireux de faire rayonner le fruit de leur art. Il ne faut pas oublier que le retour sur l'investissement est bien réel. Les retombées de la récente tournée de l'OM sont énormes. Elles sont tangibles à Montréal, au Québec, au Canada, et déjà à l'étranger. En font foi des partenariats à rayonnement international à venir, y compris un deuxième enregistrement sur la prestigieuse étiquette Deutsche Grammophon en novembre prochain et une deuxième tournée qui sera à confirmer très bientôt pour la saison 2019-2020.

Notre chef, Yannick Nézet-Séguin, s'interroge sérieusement quant au financement qui est offert à l'OM et au monde de la culture. Ce dernier a rédigé une lettre qui sera transmise dans les prochains jours au cabinet du premier ministre lui demandant une rencontre pour discuter des difficultés qu'éprouve notre orchestre à trouver écho auprès des instances fédérales, notamment auprès du Conseil des arts du Canada, pour que soit reconnu à sa juste valeur un organisme comme le nôtre qui en

The OM's first international tour was a triumph. Will our Canadian government take advantage of other upcoming major projects of the OM and of other export-oriented Canadian cultural organizations? Will the government understand that it has a responsibility in terms of the support provided to those cultural organizations and that the responsibility manifests itself by capitalising on the opportunities provided by their success?

The OM has been fighting for the place it deserves in its own country for around 40 years now. We hope that this time is coming to an end and that the OM has finally proved its worth in the eyes of its own government.

The Chair: Thank you.

The floor now goes to Ms. Proucelle.

Brigitte Proucelle, Cultural and Scientific Counsellor, Embassy of France to Canada: Honourable senators, first of all, I would like to thank you for giving France the opportunity to provide our testimony in terms of the issues you are considering. I would also like to take the opportunity to say hello to Ron Burnett, with whom we work marvellously well throughout Western Canada. Good morning, Ron.

In France, we have developed what we call cultural diplomacy for use beyond our borders. This cultural diplomacy is very firmly anchored in our national cultural policy. It is deliberate and structured; it is built not only on the talents of French artists and experts, but also on an interaction between the state, the regions, the départements, and the cities. It forms a continuum from our heritage to our most contemporary creation, and, of course, includes training, which provides the constantly revitalized environment for our cultural diplomacy.

Cultural diplomacy as we know it is a very lively youngster, exactly 100 years old. The first mention of cultural diplomacy was precisely in 1918. The date is not at all anecdotal; these are the weeks and months following the horrors of the First World War. That is where our cultural diplomacy was founded, together with its common themes of understanding between peoples, of mutual knowledge and interaction, and of art as the language of international peace and shared prosperity. This initial definition expresses an absolutely inherent, fundamental intent and objective, which subsequently allowed tools and strategies to be tailored as required.

This initiative from 1918, about which we must be precise, because there is nothing vague about it, was the brainchild of a small group of men imbued with that philosophy, a small group made up of leading artists, collectors and politicians who put the

fait autant pour promouvoir la culture canadienne, ici et à l'étranger.

La première tournée internationale de l'OM a été un tour de force. Notre gouvernement canadien tirera-t-il profit des autres grands projets à venir pour l'OM et pour les autres organisations culturelles canadiennes désireuses de s'exporter? Le gouvernement comprendra-t-il qu'il a une responsabilité à l'égard de l'appui qui est offert aux organismes et que cette même responsabilité se matérialise en occasions à saisir pour profiter des bons coups des organismes culturels?

Il y a près de 40 ans maintenant que l'OM lutte pour mériter sa place dans son propre pays. Nous espérons que cette période tire à sa fin et que l'OM a enfin fait ses preuves aux yeux de son propre gouvernement.

La présidente : Merci.

La parole est maintenant à Mme Proucelle.

Brigitte Proucelle, conseillère de coopération et d'action culturelle, Ambassade de France au Canada : Honorables sénateurs, je voudrais tout d'abord vous remercier d'avoir donné à la partie française l'occasion d'apporter son témoignage dans le cadre des questions qui vous préoccupent. J'en profite aussi pour saluer Ron Burnett, avec lequel nous travaillons merveilleusement bien dans tout l'Ouest canadien. Bonjour, Ron.

Nous avons développé en France, à l'extérieur de ses frontières, ce que l'on appelle la diplomatie culturelle. Cette diplomatie culturelle est très fortement ancrée dans le terreau d'une politique culturelle nationale, volontariste et structurée qui s'appuie, d'une part, sur les talents français des artistes et des experts, mais aussi sur une interaction entre l'État, les régions, les départements et les villes. Cet ensemble va du patrimoine jusqu'à la création la plus contemporaine, en passant bien évidemment par la formation, qui constitue le vivier toujours renouvelé de notre diplomatie culturelle.

La diplomatie culturelle en tant que telle est une jeune dame très alerte de 100 ans précisément. La première fois qu'il a été question de diplomatie culturelle, c'était exactement en 1918. Cette date n'est pas du tout anecdotique, il s'agit des semaines et des mois qui ont succédé à l'horreur de la Première Guerre mondiale. On trouve là le fondement de notre diplomatie culturelle et son fil conducteur, c'est-à-dire l'entente entre les peuples, la connaissance et des échanges mutuels, et l'art comme langage de paix international et de prospérité partagée. Cette définition initiale est une intention et un objectif en soi absolument fondamental, ce qui a permis ensuite d'adapter les outils et les stratégies ad hoc.

Cette initiative de 1918 — il faut le préciser, parce que ce n'est pas non plus anodin — est le fruit d'un petit groupe d'hommes habités par cette philosophie, un petit groupe constitué d'artistes au premier plan, de collectionneurs et

proposal to the ministère des Beaux-Arts, the predecessor of the ministère de la Culture, and to the ministère des Affaires étrangères, a proposal for them to unite to promote creativity in the world. This historic event is important because it perfectly expresses what continues to inform our foreign policy in cultural terms, with all the adjustments and complexities of our world today.

So what of the situation today? I feel that is important to explain the overall architecture of our cultural diplomacy, as it will likely suggest a number of angles that you may wish to explore.

First, our cultural diplomacy relies on a very strong network around the world built on four major pillars. The first pillar is education. We have 500 schools, with 350,000 students and 9,000 teaching staff. The second pillar is cultural action itself, in the broad sense, meaning cultural, educational and scientific. We have 822 Alliances françaises around the world; they are self-financed, and have staff numbering about 5,500. We have 154 cooperation and cultural action services directly attached to embassies, such as where I myself work. We have 98 cultural institutes and 27 French research institutes around the world. The third pillar is higher education and research, with 31,000 annual travel opportunities for students, researchers and experts. The fourth and final pillar is the close relationship with economic diplomacy, which of course includes tourism.

These pillars are supported and well supplied with expertise by various agencies and organizations. The Agence pour l'enseignement français à l'étranger, the Institut français, headquartered in Paris, for the arts, education and cultural industries; an organization called Campus France for student travel; Business France for creative and cultural economic matters; the Bureau Export for contemporary music, for everything to do with music, and musical and audiovisual industries, and so forth.

We have in total about a dozen agencies in France that bolster this system abroad. And this is done with a budget of a little more than 800 million euros. This is just the contribution of the Ministry of Europe and Foreign Affairs, because added to these 800 million euros are the contributions of all the territorial communities, that is to say the cities, regions and cultural organizations that also benefit from generous subsidies from the French government. I'm thinking of the large theatres, ballets, orchestras, art centres and so on.

I will now address the heart of this architecture. Its heart is quite simply the human being and his or her skills. At the core are human beings and their skills, grouped together around a

d'hommes politiques qui ont proposé au ministère des Beaux-Arts d'alors, c'est-à-dire l'ancêtre du ministère de la Culture, et au ministère des Affaires étrangères de s'unir pour promouvoir la création dans le monde. Ce détour historique est important, car il énonce parfaitement ce qui continue d'habiter notre politique extérieure en termes culturels, y compris dans les ajustements et les complexités de notre monde actuel.

Alors, qu'en est-il aujourd'hui? Il me semble important de vous en expliquer l'architecture générale. L'architecture générale de notre diplomatie culturelle sera sans doute parlante sous certains angles que vous souhaitez explorer.

D'abord, cette diplomatie culturelle repose sur un réseau très fort et sur un maillage à travers le monde qui s'articule autour de quatre grands piliers. Le premier pilier est l'enseignement. Nous avons 500 écoles, qui comptent 350 000 élèves et 9 000 personnels d'enseignement. Le deuxième pilier est l'action culturelle elle-même, comprise au sens large, c'est-à-dire culturelle, éducative et scientifique. On y compte 822 alliances françaises dans le monde, qui représentent environ 5 500 agents et qui sont, elles, autofinancées; 154 services de coopération et d'action culturelle rattachés directement aux ambassades, où je me trouve moi-même; 98 instituts culturels de par le monde et 27 instituts français de recherche. Le troisième pilier est l'attractivité de l'enseignement supérieur et de la recherche avec, par année, 31 000 mobilités pour des étudiants, des chercheurs et des experts. Le quatrième pilier, enfin, est l'interconnexion avec la diplomatie économique, intégrant, bien évidemment, le tourisme.

Ces piliers sont soutenus et alimentés en expertise par différentes agences et organisations : l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger, l'Institut français — qui a son siège à Paris — pour ce qui touche les domaines artistique, éducatif et celui des industries culturelles; l'organisation Campus France pour la mobilité étudiante; l'organisation Business France en ce qui a trait aux économies créatives et culturelles; l'organisation Le Bureau Export en ce qui touche la musique actuelle, pour tout ce qui relève de la musique, des industries musicales, audiovisuelles et ainsi de suite.

En tout, nous avons donc une douzaine d'agences qui viennent renforcer ce dispositif à l'étranger depuis la France, et ceci pour un budget d'un peu plus de 800 millions d'euros, uniquement pour la partie du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, parce que, bien sûr, viennent s'ajouter à ces 800 millions d'euros toutes les participations des collectivités territoriales, c'est-à-dire les villes, les régions ainsi que les organismes culturels eux-mêmes extrêmement subventionnés par la France. Je pense aux grands théâtres, aux ballets, aux orchestres, aux centres d'art et ainsi de suite.

Il faut parler maintenant du cœur de cette architecture. Le cœur, c'est tout simplement l'humain et ses compétences. L'humain et ses compétences autour d'un projet commun,

common objective, present at the national level and all of the embassies, in keeping with the context of the embassies. It is thus a very rich network of men and women who have expertise to contribute and are, especially, connected to the French ecosystem in their given field. They can analyze another ecosystem and identify the points where it can connect and converge with ours.

In the service I manage, for instance, all of the agents are professionals from their sector, recruited because of their skills, over a period of two to five years. I am the only diplomat, and that is in fact a very recent development, since I come from the private and professional cultural milieu. This is conducive to a large-scale renewal and a precise, regular adjustment process, necessary for a permanent evolution in keeping with what is happening in the world.

Thanks to this, we capture talented people who in turn capture other talented people who will interact with the country we are in. It is a general system that works for the arts, but also works for cultural industries, science, research, and all of the related areas that concern us.

This mobility and regular renewal also allows us to be as in touch as possible with all of the innovations in all sectors, and to identify and enhance unique, original expressions, as this is what is important to us, as we deal with strengthening identity. What makes us good in certain areas, what makes it possible for us to work in complementarity with knowledge from other countries? This of course makes us stand out from formatted mass consumption products. That is one of the issues. It can be said that through the co-operation and cultural action services of the embassies, we are in fact exploratory outposts, often for highly specialized entities. In research for instance, we are the relay for the Centre national de la recherche scientifique, of the Institut national de recherche en informatique et en automatique, and for the agriculture, oceans and other research laboratories. In addition, we benefit from annual and multiannual flexibility in terms of relevant strategy, which we can revise in keeping with the state of the world, political progress or the vagaries of politics, of course, while taking into account the sociological, political and economic human context of each country. We look for specificities that will mesh well with our own specificities.

We base our action on cooperation, co-production, and shared values and strategies, in order to strengthen our presence in our global world. Let's take artificial intelligence, for example, a very timely topic, to which Canada and France have developed the same approach, especially where ethics and a humans-first approach are concerned. In the face of this considerable, worldwide challenge, and vis-à-vis other powers that are taking

partagé à l'échelle nationale et qui est répercuté dans chacune des ambassades en fonction du contexte de l'ambassade. C'est donc un réseau très fourni de femmes et d'hommes, détenteurs d'expertise et surtout connectés avec l'écosystème français de leur domaine. Ils sont capables d'analyser un autre écosystème et d'envisager les points de croisement et de convergence avec le nôtre.

Dans le service que je dirige, par exemple, tous les agents sont des professionnels venus de leur secteur, recrutés pour leurs compétences pendant une période allant de deux ans à cinq ans. Je suis la seule diplomate, et encore diplomate d'adoption extrêmement récente, puisque je viens des milieux privés et professionnels de la culture. Cela favorise un très grand renouvellement des réseaux professionnels et un ajustement régulier, pointu et nécessaire pour l'évolution permanente en fonction de ce qui se passe dans le monde.

Nous captons, grâce à cela, les talents qui captent, à leur tour, d'autres talents qui vont entrer en interconnexion avec le pays où nous sommes. C'est le système général qui est valable bien sûr dans le domaine de l'art, mais aussi dans les industries culturelles, la science, la recherche, et dans tous les prismes qui nous concernent.

Cette mobilité et ce renouvellement régulier nous permettent aussi d'être le plus en phase possible avec toutes les innovations dans tous les secteurs et de dégager et de valoriser les expressions propres et originales, car c'est bien ce qui nous importe, on touche aux questions d'identité. Qu'est-ce qui fait que nous sommes bons dans certaines matières, que nous pouvons compléter avec les connaissances d'autre pays? Donc, cela nous distingue bien évidemment des produits de grande consommation tout à fait formatés. C'est l'un des enjeux. On peut dire que dans les services de coopération et d'action culturelle des ambassades, nous sommes, en fait, des avant-postes exploratoires, souvent aussi pour des entités très spécialisées. Par exemple, en recherche, nous sommes les relais du Centre national de la recherche scientifique, de l'Institut national de recherche en informatique et en automatique, des laboratoires de recherche pour l'agriculture, les océans, et cetera. De plus, nous jouissons d'une souplesse annuelle et pluriannuelle en matière de stratégie pertinente, que nous pouvons renouveler en fonction de l'état du monde, des avancées politiques et des aléas politiques, bien évidemment, en tenant compte de la sociologie et du contexte politico-économique humain de chaque pays. Nous recherchons des spécificités qui s'articuleraient avec nos propres spécificités.

Nous nous fondons sur la coopération, sur la coproduction, sur les valeurs et les stratégies partagées pour exister plus fortement dans notre monde global. Prenons par exemple l'intelligence artificielle, qui est un sujet d'actualité, où le Canada et la France développent la même approche, en particulier concernant l'éthique et le développement en faveur de l'humain. Face à un défi aussi considérable et mondial et vis-à-vis d'autres

what we might call, to keep things light, divergent approaches, this Franco-Canadian rapprochement of expertise and values is, more than ever, desirable. The researchers and experts of our two countries are allowing us to make great strides in our chosen direction, thanks also to their mobility.

The "soft power" or diplomacy of influence we develop in this way through cultural diplomacy has, in addition, direct effects on the economy and what I call "intelligent markets," which allow high quality cultural products to gain the lion's share in terms of market penetration, and avoid the standardization of goods, which of course becomes the standardization of minds. It is what one might literally call providing a public service, while energizing economic systems.

We also work with existing international networks that allow us to strengthen each other mutually and that also open up opportunities. I'm thinking, for instance, of the Organisation internationale de la Francophonie, since we have the good fortune of sharing that language. Such networks have a highly effective multiplier effect.

I might add that what inspires us and brings us together, what completes us and makes us different and interesting, and those points where we interact, literally generate innovation. It is a diplomacy that is adapted to the context, which acts on a continuum where culture, the arts, sciences, education and the economy are closely related and have mutually beneficial, reciprocal effects.

Thank you very much.

The Chair: Thank you.

[*English*]

Senator Bovey: I would like to thank you all and welcome you here. I very much appreciate your insights and certainly, Dr. Burnett, the long number of years you've been working in this internationally.

I want to sum up what I've heard and turn it into a question. It seems, Mr. Dupré and Dr. Burnett, that you're both talking about a missing link. We can name many other organizations and artists who have brought their work on to the international stage and have certainly had individual success, from the Emily Carr exhibition to the subsequent one of David Milne at the Dulwich Picture Gallery, to concert tours and all. What concerns me is that you both seem to be pointing out the fact that we, as Canadians, or the Canadian government, Canadian diplomacy, does not know how to take those individual successes and transform them into a broader platform to underline who we are as a nation, who we are as a people, and how to open up the economic connections that Ms. Proucelle has talked about that France has done.

puissances qui prennent, disons-le de façon un peu légère, des orientations que l'on peut qualifier de divergentes, ce rapprochement franco-canadien d'expertise et de valeur est plus que jamais souhaitable. Les chercheurs et les experts de nos deux pays nous permettent grandement d'avancer dans ce sens, grâce à leur mobilité également.

Le *soft power* que l'on développe ainsi par la diplomatie culturelle a, par ailleurs, des effets directs sur l'économie et sur ce que j'appelle les « marchés intelligents », ce qui permet à des produits culturels de haute qualité de se tailler la part du lion en termes de pénétration de marché et d'éviter la standardisation des biens qui devient, bien évidemment, la standardisation des esprits. C'est ce que l'on pourrait qualifier, au sens propre, de service au public, tout en dynamisant les systèmes économiques.

Nous travaillons aussi avec des réseaux internationaux constitués qui nous permettent de nous renforcer mutuellement et qui ouvrent encore des possibilités. C'est le cas, par exemple, de l'Organisation internationale de la Francophonie, puisque nous avons la chance de partager cette langue. Il s'agit de réseaux qui apportent des effets hautement démultiplicateurs.

J'ajouterais que, ce qui nous anime et nous rassemble, ce qui se complète, ce qui nous rend différents et intéressants et ce qui se croise génère proprement l'innovation. C'est une diplomatie adaptée au contexte, qui agit dans un continuum où la culture, les arts, les sciences, l'éducation et l'économie sont intimement liés et s'interpénètrent.

Je vous remercie beaucoup.

La présidente : Merci.

[*Traduction*]

La sénatrice Bovey : Merci à tous les témoins, et bienvenue au comité. Je vous suis grandement reconnaissante de vos perspectives et, dans votre cas, monsieur Burnett, de vos longues années à travailler sur le dossier à l'étranger.

J'aimerais résumer ce que j'ai entendu et en faire une question. J'ai l'impression, messieurs Dupré et Burnett, que vous parlez tous les deux d'un chaînon manquant. Nous pouvons nommer de nombreux autres organismes et artistes qui ont présenté leurs œuvres à l'étranger et qui ont certainement connu du succès. Je pense à l'exposition des œuvres d'Emily Carr, à l'exposition des œuvres de David Milne à la Dulwich Picture Gallery, aux concerts dans le cadre d'une tournée, et cetera. Ce qui m'inquiète, c'est que vous semblez tous les deux faire valoir que nous, les Canadiens, le gouvernement canadien ou la diplomatie canadienne ne savons pas comment tirer profit de ces réussites individuelles pour élaborer un programme global en vue de souligner notre identité en tant que nation ou peuple et que nous ne savons pas non plus comment profiter des liens

économiques dont a parlé Mme Proucelle par rapport à ce que la France fait.

What is the best way to make those linkages? I know Emily Carr University has done a lot of work on international design, worked with business, worked with building materials and that the work of your students and faculty have made huge contributions to the economic success of Canada. Can you talk a bit more, both of you, as to how we can create that missing link? How do we fix that missing link so the reality of what is going on with the arts and with artists and cultural diplomacy really is understood in the economic presence of Canada abroad?

Quelle est la meilleure façon d'établir de tels liens? Je sais que l'Université Emily Carr a réalisé de nombreuses initiatives dans le domaine du design international, qu'elle a collaboré avec des entreprises et qu'elle a joué avec les matériaux et que vos étudiants et votre corps professoral ont grandement contribué au succès économique du Canada. Pouvez-vous tous les deux nous expliquer un peu plus comment nous pouvons créer cet élément manquant? Comment rectifier le tout pour que la réalité de ce qui se passe avec les arts, les artistes et la diplomatie culturelle soit vraiment comprise dans la présence économique du Canada à l'étranger?

Mr. Burnett: Thank you, Senator Bovey. It's a pleasure. I would say that there are a variety of potential ways in which we can actually respond to that question.

M. Burnett : Merci, sénatrice Bovey. C'est un plaisir. Je dirais qu'il y a diverses manières de répondre à cette question.

I really appreciate what Brigitte has been talking about with regard to France. It's astonishing to me, in dealing with particularly some of the European countries but also some of the Asian countries, how well-developed their understanding of cultural diplomacy is and how deeply embedded from a structural and infrastructural point of view their attitudes are.

J'apprécie vraiment ce dont Brigitte parlait au sujet de la France. En échangeant surtout avec certains pays européens, mais aussi certains pays asiatiques, je trouve étonnant de constater à quel point leur compréhension de la diplomatie culturelle est avancée et à quel point leurs attitudes sont profondément ancrées du point de vue de la structure et de l'infrastructure.

If you take, just as an example, what the French consul does in Vancouver, it is quite extraordinary. It's the same with the Italian consul. They support events that are local in order to promote local culture while at the same time bringing together the international strand and inviting and promoting and paying for visitors from their countries.

Prenons par exemple ce que fait le consulat français à Vancouver; c'est assez extraordinaire. C'est la même chose avec le consulat italien. Ces consulats appuient des activités locales en vue de promouvoir la culture locale tout en ajoutant une touche internationale en faisant la promotion dans leur pays, en invitant des citoyens de leur pays respectif à venir et en finançant leur participation.

Similar processes do exist in Canada. There are examples, but it largely depends on who is the ambassador in any given country at any given time. I have known and interacted with many of our great ambassadors and deeply respect all of them, but it is very difficult to sustain the process if you don't have infrastructure available to support it. In Canada, you probably do need the equivalent of something like the Alliance Française or equivalent strength being put into each of the consulates and embassies. That means people with a deep knowledge of Canadian culture, a deep understanding of the intersection of culture and economic activity, and even more so, a profound understanding of how international ideas are exchanged.

Des processus similaires existent au Canada; il y a des exemples, mais cela dépend grandement de l'ambassadeur en poste dans un pays donné à un moment précis. J'ai connu et côtoyé bon nombre de nos grands ambassadeurs et j'ai pour eux le plus grand respect, mais il est très difficile de soutenir le processus si nous n'avons pas l'infrastructure en place pour le faire. Au Canada, nous avons probablement besoin d'un organisme comparable à l'Alliance française, ou il faut renforcer de manière comparable chaque consulat et ambassade. Cela signifie des gens qui connaissent très bien la culture canadienne et les liens entre la culture et les activités économiques et surtout qui ont une profonde compréhension de la manière dont les idées sont échangées sur la scène internationale.

This is my key point: You can't expect a quick resolution. The point Brigitte was talking about with respect to 1918 as the starting point was very significant. It takes decades to build this infrastructure and these attitudes out, but we do have to start. It is a shame to me, given the variety, extent, strength and actual sheer beauty of the work that we do in Canada, that we don't actually know how to say to our partners, friends and even in

Voici mon principal point : vous ne pouvez pas vous attendre à une solution rapide. Brigitte a mentionné que le tout a débuté en 1918, et cela en dit long. Cela prend des décennies pour construire cette infrastructure et façonner ces attitudes, mais nous devons commencer à le faire. Compte tenu de la variété, de l'étendue, de la richesse et de la grande beauté des œuvres canadiennes, je trouve honteux que nous ne sachions pas comment expliquer notre identité à nos partenaires, à nos amis et

some cases to those who are not that friendly with us, "Here. This is who we are and, as a consequence, look at what we do."

But it can't happen without infrastructure, Senator Bovey. I don't see evidence in any of the recent reports coming out of Heritage Canada or Canada Council of a deep enough understanding of how we weave together local, national and international funding.

Mr. Dupré: Thank you for your question. I think you summarized very well what I tried to express in my presentation.

We have to focus on realizing, number one, as a country, that we can be defined by our culture. Unfortunately, we do not sufficiently utilize the fact that we have so much cultural talent in our country. This talent is exported in various ways, as Mr. Burnett explained and as I tried to portray in using the example of the orchestra.

With regard to the funding priorities, the Canada Council for the Arts has to review its priorities. As I tried to explain, it's not the priorities of the cultural Canadian world; it's the priorities of the government. Culture has to align with the priorities of the government, which we think is counterproductive. It can be dangerous — a denaturalization of our culture.

Regarding how to better use the fact that we have Canadian ambassadors as cultural ambassadors when we are travelling overseas showcasing Canadian talent, there should be a link between the Canada Council for the Arts and Global Affairs Canada that understands that in such a country as ours, at such a period of time, there is Canadian talent. How can we better utilize or take advantage of showcasing our culture to a specific area around the world where our talent is performing? That's what I would like to add to that.

Senator Bovey: Madam Chair, I might suggest that we underline the fact that the French example has been growing since 1918. If we take a look at our Canadian examples, as Dr. Burnett and Mr. Dupré mentioned, we seem to be stopping and starting.

The Chair: Thank you for the comment. I may make a comment at the end to further the debate, but I would like the other senators to have an opportunity.

Senator Cormier: I have a lot of questions, but I will restrain myself.

The Chair: I'm sure you'll select the best.

même dans certains cas à ceux qui ne sont pas très sympathiques à notre égard et que nous ne sachions donc pas comment les intéresser à ce que nous faisons.

Cependant, ce ne sera pas possible d'y arriver sans infrastructure, sénatrice Bovey. Je ne vois rien dans les récents rapports de Patrimoine canadien ou du Conseil des arts du Canada qui m'indique une compréhension suffisamment profonde de la manière de mettre en commun le financement local, national et international.

M. Dupré : Merci de votre question. Je crois que vous avez très bien résumé ce que j'ai essayé de faire valoir dans mon exposé.

Nous devons tout d'abord comprendre que nous pouvons, comme pays, nous définir par notre culture. Malheureusement, nous ne tirons pas suffisamment profit de nos nombreux talents culturels au pays. Ces talents sont exportés de diverses manières, comme M. Burnett l'a expliqué et comme j'ai essayé de l'illustrer en utilisant l'exemple de l'orchestre.

En ce qui a trait aux priorités de financement, le Conseil des arts du Canada doit revoir ses priorités. Comme j'ai essayé de l'expliquer, ce ne sont pas les priorités du milieu culturel canadien; ce sont les priorités du gouvernement. La culture doit s'arrimer aux priorités du gouvernement, ce que nous considérons comme contre-productif. Ce n'est pas sans danger; cela peut dénaturaliser notre culture.

Pour ce qui est de la façon de mieux tirer profit de nos ambassadeurs canadiens qui servent d'ambassadeurs culturels lorsque nous nous rendons à l'étranger pour faire connaître des talents canadiens, il devrait y avoir un lien entre le Conseil des arts du Canada et Affaires mondiales Canada pour faire comprendre que, dans un pays comme le nôtre, il y a actuellement des talents canadiens. Comment pouvons-nous mieux tirer profit de cette vitrine pour notre culture dans un endroit précis dans le monde où se produisent nos talents? Voilà ce que j'aimerais ajouter à ce sujet.

La sénatrice Bovey : Madame la présidente, j'aimerais proposer que nous soulignions que l'exemple français est en croissance depuis 1918. Si nous regardons les exemples canadiens, comme l'ont mentionné MM. Burnett et Dupré, nous semblons alterner entre le frein et l'accélérateur.

La présidente : Merci de votre commentaire. Je ferai peut-être un commentaire à la fin pour stimuler les échanges, mais j'aimerais que les autres sénateurs aient l'occasion de s'exprimer.

Le sénateur Cormier : J'ai beaucoup de questions, mais je vais me retenir.

La présidente : Je suis persuadée que vous choisirez les meilleures.

Senator Cormier: Yes, I will.

[*Translation*]

I would first like to thank you for the remarkable work you do. I would like to highlight, in particular, the extraordinary work done by the OM and Maestro Nézet-Séguin. He is one of the great ambassadors for Canadian culture in the world. We must, as you said, build on these initiatives.

We are trying here to determine how cultural diplomacy can structure itself in Canada. We talk a lot about our relationship with other countries. However, I would ask you to look within our country, while taking inspiration from the cultural policy of France and its regional cultural authorities. I am trying to understand and highlight how culture must get organized here, domestically, in order to allow it to have maximum outreach and to showcase our diversity.

[*English*]

Mr. Burnett, you talked about decentralization.

[*Translation*]

We know that in France, all of these regions are organized. My question is in the same vein as Senator Bovey's. How can we ensure that the creators from different regions of our country can connect to do outreach at the international level and act in the area of international diplomacy? How should we structure our culture here, in Canada?

I have a complementary question. You have a long tradition in France. What is the relationship between the Ministry of Foreign Affairs and the French regions, with regard to cultural diplomacy? How is the link between the Ministry of Foreign Affairs and the regions established?

Ms. Proucelle: I must say one thing: that link was not built in a day, as they say about Rome. Things started in 1918. Objectives were set, and on that basis, the mechanism was built, and made official in 1922. It was not random that a musician and orchestra conductor became its head, precisely to gather up French talent and allow them to exhibit their creations outside our borders and begin to establish cultural contacts.

Thanks to modern technology, there is an acceleration, which would allow us to go much faster today if we were setting things up in France. This all began in 1918, in an era when there were no cell phones and no Internet.

As for the relationship between the regions and the Ministry of Foreign Affairs, the latter can tap into all of the competencies of the French ministries. It works with all of the French ministries.

Le sénateur Cormier : Oui. Absolument.

[*Français*]

J'aimerais d'abord vous remercier pour le formidable travail que vous faites. Je tiens notamment à souligner le travail extraordinaire que fait l'OM et le maestro Nézet-Séguin. Il est l'un des grands ambassadeurs de la culture canadienne dans le monde. Il faut s'appuyer, comme vous l'avez dit, sur ces initiatives.

On essaie ici de déterminer comment la diplomatie culturelle peut se structurer au Canada. On parle beaucoup de notre relation avec les pays à l'étranger. Toutefois, je vous demanderais de regarder à l'intérieur de notre pays, en prenant appui sur la politique culturelle de la France avec les directions régionales de la culture. J'essaie de comprendre et de mettre en lumière comment doit s'organiser la culture ici, au Canada, à l'interne, pour qu'elle puisse rayonner à l'extérieur dans toute sa diversité.

[*Traduction*]

Monsieur Burnett, vous avez parlé de décentralisation.

[*Français*]

Nous savons que, en France, toutes ces régions sont organisées. Ma question rejoint celle de la sénatrice Bovey. Comment doit-on faire pour s'assurer que les créateurs provenant des différentes régions de notre pays, par exemple, puissent être interreliés pour diffuser à l'échelle internationale et agir dans le domaine de la diplomatie internationale? Comment doit-on structurer notre culture ici, au Canada?

Ma question complémentaire est la suivante. Vous avez une longue tradition en France. Quelle est la relation du ministère des Affaires étrangères avec les régions de la France en ce qui a trait à la diplomatie culturelle? Comment se fait le lien entre les régions et le ministère des Affaires étrangères?

Mme Proucelle : Je tiens à préciser une chose. Cette organisation ne s'est pas faite en un jour, comme on le dirait pour Rome. Les choses ont démarré en 1918. On a dû fixer des objectifs et, à partir de ceux-ci, on a créé l'outil, qui a été officialisé en 1922. Ce n'est pas par hasard qu'un chef d'orchestre et musicien en a pris la tête, justement pour rassembler les talents en France afin de leur permettre de montrer leurs créations à l'extérieur des frontières et de commencer à établir des contacts culturels.

Grâce aux moyens modernes, il y a une accélération du temps, ce qui nous permettrait d'aller bien plus vite si on commençait aujourd'hui du côté de la France. Nous étions en 1918, époque où il n'y avait pas de téléphone portable ni d'Internet.

Pour ce qui est de la relation entre les régions et le ministère des Affaires étrangères, ce dernier regroupe toutes les compétences des ministères français. Il travaille avec l'ensemble

The regions are connected to the entire French government. In addition, they have a contractual relationship with the state for some parts of their actions, such as for the universities or for culture, for instance.

Before this, I was the Director General of Cultural Affairs for the City of Bordeaux, which is a huge unit. In that city, I managed 1,200 people who dealt with culture for the city of Bordeaux alone, which has 235,000 residents. Its opera house, which is enormous and one of the oldest in France, had a contract with the state, the region and the city. Common objectives were developed at the regional, national and international levels, each one contributing economically and being a part of the board of directors that manages the governance of that opera. The opera housed an orchestra, a ballet and a choir.

[*English*]

Senator Cormier: Mr. Burnett, how do we do this in Canada? They have regions in France, and we have provinces in Canada. How do we do that missing link that Senator Bovey is talking about?

Mr. Burnett: I've mentioned infrastructure and structure. I've studied the French model very carefully because it is so impressive.

In my discussions with the British Columbia government, I've been quite emphatic over the years in emphasizing the importance of international relations and the role of culture in it. There is no particular infrastructure available in British Columbia to support that.

I believe, from the federal perspective, there needs to be a multi-ministerial council established that crosses between Canadian Heritage; Global Affairs Canada; and Innovation, Science and Economic Development Canada. That multidisciplinary council would define itself in a way that would allow people, actual employees with a dedication to Canadian culture, to learn and develop their expertise over time. This would be a 20- or 30-year experiment, so it's not going to be quick.

Its purpose would be, among other things, to assemble a picture of the international impact of Canadian art, design, music, performance and theatre on the world. It would go beyond just a report and into an actual council that has as its goal the promotion of Canadian culture in all the regions in which we interact and in which we wish to interact.

I don't see any other way other than through a genuine investment of real money that we can actually achieve this. We've been very amateurish up until now.

des ministères français. Les régions sont connectées à l'ensemble de la gouvernance française. Plus encore, elles ont des relations contractualisées avec l'État pour certaines parties de leurs actions, que ce soit, notamment, pour l'université ou pour la culture.

J'étais auparavant directrice générale des affaires culturelles de la municipalité de Bordeaux, qui est un énorme service. Dans cette ville, je gérais 1 200 personnes qui s'occupaient de la culture pour la seule ville de Bordeaux, qui compte 235 000 habitants. Son opéra, qui est énorme et l'un des premiers de France, était contractualisé entre l'État, la région et la ville. Les objectifs communs s'élaboraient à l'échelle régionale, nationale et internationale, chacun abondant économiquement et faisant partie du conseil d'administration qui gère la gouvernance de cet opéra. L'opéra comprenait orchestre, ballet et chœur.

[*Traduction*]

Le sénateur Cormier : Monsieur Burnett, comment pouvons-nous le faire au Canada? Il y a des régions en France, et nous avons des provinces au Canada. Comment pouvons-nous mettre en place ce chaînon manquant qu'évoquait la sénatrice Bovey?

M. Burnett : J'ai parlé de l'infrastructure et de la structure. J'ai étudié très attentivement le modèle français, parce qu'il est très impressionnant.

Dans mes discussions avec le gouvernement de la Colombie-Britannique, j'ai beaucoup insisté au fil des ans sur l'importance des relations internationales et du rôle connexe de la culture. Il n'y a aucune infrastructure précise en Colombie-Britannique pour soutenir cet aspect.

Au sein du gouvernement fédéral, je crois qu'il faut mettre sur pied un conseil multiministériel qui regroupe Patrimoine canadien, Affaires mondiales Canada et Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Ce conseil multidisciplinaire se définirait de manière à permettre aux gens et aux employés qui ont à cœur la culture canadienne d'acquérir une expertise et de la renforcer au fil du temps. Ce serait une expérience sur 20 ou 30 ans. Cela ne se fera pas en criant ciseau.

Son objectif serait notamment de dresser un portrait des effets de l'art, du design, de la musique, des spectacles et du théâtre canadiens dans le monde. Cela irait au-delà d'un simple rapport; cela prendrait la forme d'un véritable conseil dont l'objectif serait la promotion de la culture canadienne dans toutes les régions où nous avons une présence et où nous souhaitons avoir une présence.

Je ne crois pas que nous pouvons y arriver autrement qu'en investissant vraiment de l'argent. Nous avons énormément fait preuve d'amateurisme jusqu'à présent.

[*Translation*]

Senator Cormier: Mr. Dupré, do you think that the fact that the OM and its conductor are better known outside Canada than within Canada has an impact on the funding and support you receive from the Canadian government?

Mr. Dupré: Indeed. I think we have to be aware that there are inequities in the current system. As I am sure you know, orchestras function according to three main models around the world. There is the European model, whereby musicians are employees of the state. There is the American model, which involves only patrons of the arts, and where the government is not involved in culture. In Canada, we have a hybrid model which depends quite a bit on private patronage. As I mentioned earlier, if we had not received donations for 46 per cent of our $1.4 million envelope, we could not have done this tour. The government has to play an important role.

As Mr. Burnett mentioned, it would be wonderful to have a platform to promote and export talent. However, what can we do within Canada to be better known? Through institutions like the Canada Council for the Arts, we must ensure that our Canadian talents are well recognized here, first and foremost.

Senator Massicotte: I want to thank all of you for being here with us. Your testimony is very relevant for our study. As you know, our study is about a particular aspect of cultural diplomacy, that is to say the benefits at the artistic level of the export of our cultural products.

Ms. Proucelle, in this regard, we have talked a lot about the scope and impact of all your efforts, which are important. You briefly alluded to the issue of benefits and soft power. You referred to the economic aspects. According to your vast experience, what are the benefits of those efforts? From the cultural point of view, they are easy to determine, but at the financial level, from the perspective of the French citizen, what are the advantages for your country of investing so much effort in various parts of the world?

Ms. Proucelle: I also spoke of market share. It is also beneficial in that regard.

For instance, for all audiovisual content, that is cinematographic and television content and current music, we can have access to everything on the market with a mainstream product — pardon my use of English — which is a type of international standardization using the same sounds. There is also a cultural policy that allows people to differentiate and create, and citizens and consumers of music or audiovisual content wait for this very expectantly. It is in this regard that we work at the national level. We identify the talents who contribute a different voice and are truly involved in creation and

[*Français*]

Le sénateur Cormier : Monsieur Dupré, êtes-vous d'avis que le fait que l'OM et son chef sont mieux connus à l'extérieur du Canada qu'à l'intérieur du Canada ait une incidence sur le financement et l'appui que vous recevez de la part du gouvernement canadien?

M. Dupré : Tout à fait. Je pense qu'il faut être conscient qu'il y a des iniquités dans le système actuel. Vous n'êtes pas sans savoir que les orchestres fonctionnent de trois grandes façons dans le monde. Il y a le modèle européen où les musiciens sont des employés de l'État. Il y a le modèle américain, où il y a seulement des mécènes et où le gouvernement n'est pas impliqué dans la culture. Au Canada, on a un modèle hybride où on dépend beaucoup du mécénat. Comme je l'ai mentionné plus tôt, si on n'avait pas reçu, sous forme de dons, 46 p. 100 de l'enveloppe de 1,4 million de dollars, on n'aurait pas pu réaliser cette tournée. Le gouvernement doit jouer un rôle important.

Comme l'a mentionné M. Burnett, il serait fantastique d'avoir une plateforme de promotion et d'exportation du talent. Cependant, comment fait-on, à l'intérieur du Canada, pour être mieux reconnu? Par l'entremise d'institutions comme le Conseil des arts du Canada, il faut s'assurer que nos talents canadiens sont bien reconnus ici, avant tout.

Le sénateur Massicotte : Merci à vous tous de votre présence parmi nous. Vos témoignages sont très pertinents pour notre étude. Comme vous le savez, notre étude traite de l'aspect particulier de la diplomatie culturelle, soit les bienfaits sur le plan artistique et en ce qui concerne l'exportation de nos produits culturels.

Madame Proucelle, à cet égard, on a beaucoup parlé de l'étendue et de l'impact de tous vos efforts, qui sont importants. Vous avez abordé brièvement la question des gains et du *soft power*. Vous avez fait référence aux aspects économiques. Selon votre vaste expérience, quels sont les bienfaits de ces efforts? Du point de vue culturel, c'est facile à cerner, mais sur le plan financier, de la perspective du citoyen français, quels sont les avantages pour votre pays d'investir autant d'efforts un peu partout dans le monde?

Mme Proucelle : J'ai aussi parlé des parts de marché. Il s'agit aussi de cela.

Par exemple, avec tout ce qui est audiovisuel, soit les contenus cinématographiques et télévisuels et les musiques actuelles, on peut avoir accès à tout ce qui concerne le marché avec un *mainstream* — pardonnez-moi l'anglicisme —, qui est une espèce de standardisation internationale avec les mêmes sons. Il y a également une politique culturelle qui permet la différenciation et la création et qui est très attendue par les citoyens et les consommateurs de musique ou de contenus audiovisuels. C'est à cet égard que nous travaillons à l'échelle nationale. Nous repérons les talents qui apportent une voix

innovation. Of course, we work with the private economic system. We work with recording companies, with film and television producers and we have entities where all of this connects so that we can organize meetings abroad. In fact, that is what the Bureau Export de la musique does. When there is a talented French artist or group of artists producing current music, that is to say on the market economy, we work together because we believe that the sound and the quality of that group can be interesting for Canada, for instance.

What is also interesting is that these artists come to perform in Canada. They benefit from this and we try to facilitate this, for instance in Calgary, thanks to the National Music Centre. We arrange meetings and common productions between France and Canada, which generates enormous savings for Canadian and French citizens. In addition, this allows our artists to work and to be a part of a virtuous circle of positive economy.

There are also zones of excellence in Western Canada for everything that relates to creativity in digital arts, video, video games, that is to say everything that is very popular on the western seaboard of Canada and the United States. At the origin of this digital economy are artists and experts who are arriving into the economic field, if they have the opportunity, if they are given the necessary hand up to access the market economy and develop their industrializable creative products.

That is also what we do. We draw a very clear link between the artistic work of creation, and innovation. We give artists a financial helping hand to help them to create their enterprise and develop together with other startups in Canada. It is a way of investing in a totally innovative and creative market share.

I hope I answered your question with those two examples.

Senator Massicotte: Yes, thank you, this is very relevant for our report.

Three months ago I had the opportunity of appreciating the talent of Yannick Nézet-Séguin at the New York Opera House. It was a very enjoyable evening. You did an American tour, and now you are doing a European tour. Is the financial assistance you received from the Canadian government and provincial governments for your American tour — I think I was present on the very evening you were in Washington — comparable to what you received for your European tour?

différente et qui sont véritablement dans la création et l'innovation. Bien sûr, nous travaillons avec le système privé et économique. Nous travaillons avec les maisons de disque, avec les producteurs de cinéma et de télévision, et nous avons des instances où l'ensemble se connecte de façon à pouvoir organiser des rencontres à l'étranger. D'ailleurs, c'est ce que fait Le Bureau Export de la musique. Lorsqu'il y a un artiste ou un groupe d'artistes talentueux français en termes de musique actuelle, c'est-à-dire sur l'économie de marché, nous travaillons ensemble, parce que nous croyons que le son et la qualité de cet ensemble peuvent être intéressants, par exemple, pour le Canada.

Ce qui est intéressant aussi, c'est lorsque ces artistes viennent se déployer au Canada. Ils en profitent, et nous essayons de le faire, par exemple, à Calgary, grâce au Centre national de musique de Calgary. Nous faisons en sorte qu'il y ait des rencontres et des productions communes entre la France et le Canada, ce qui génère énormément d'économies pour les citoyens canadiens et français. De plus, cela permet à nos artistes de travailler et de faire partie d'un cercle vertueux d'économie positive.

Il y a aussi des zones d'excellence dans l'Ouest du Canada pour tout ce qui relève de la créativité liée aux arts numériques, à la vidéo, aux jeux vidéo, c'est-à-dire tout ce qui est extrêmement exploité sur la côte Ouest du Canada et des États-Unis. À l'origine de toute cette économie numérique, ce sont des artistes et des experts qui arrivent dans le champ économique, s'ils en ont la possibilité, s'ils ont eu le coup de pouce nécessaire pour accéder à l'économie de marché et au développement de leurs produits créatifs industrialisables.

C'est ce que nous faisons aussi. On fait très clairement le lien entre la démarche artistique de création et d'innovation. On donne le coup de pouce économique aux artistes pour les aider à créer leur entreprise et à se développer en complicité avec d'autres entreprises en démarrage au Canada. Il s'agit d'une façon d'investir une part de marché complètement innovante et créative.

J'espère avoir répondu à votre question avec ces deux exemples.

Le sénateur Massicotte : Oui, merci, c'est très pertinent pour notre rapport.

Il y a trois mois, j'ai eu l'occasion d'apprécier le talent de Yannick Nézet-Séguin à l'opéra de New York. J'ai passé une très belle soirée. Vous avez fait une tournée américaine et, maintenant, vous faites une tournée européenne. L'aide financière que vous avez reçue de la part du gouvernement canadien et des gouvernements provinciaux dans le cadre de votre tournée américaine — je crois que j'étais présent le soir même où vous étiez à Washington — est-elle comparable à ce que vous recevez pour votre tournée européenne?

Mr. Dupré: Just for the sake of accuracy, it was our first international tour. We have not yet done a North American tour. The OSM did a North American tour last year which took it to Washington. I can't talk about the financial assistance the OSM receives. However, if you look at the programs that are currently in place, the level of funding is probably similar. It would be at the same level as it is now, which is somewhat aberrant.

Senator Massicotte: What percentage of your income does it represent? Is it 6 per cent or 3 per cent?

Mr. Dupré: The Orchestre Métropolitain receives 3 per cent of all its income from the Canada Council for the Arts, as opposed to the other large orchestras in Canada, which receive between 8 per cent and 10 per cent. That is the point I wanted to raise.

Senator Massicotte: Other Canadian companies receive between 8 per cent and 10 per cent and you receive 3 per cent.

Mr. Dupré: Yes.

Senator Massicotte: What was the percentage five or 10 years ago?

Mr. Dupré: It was 1 per cent. Before last year, it was 1 per cent.

Senator Massicotte: There was a considerable increase but it is still very low.

Mr. Dupré: A 2 per cent increase is not very much.

Senator Massicotte: What is the government's response? Your arguments are quite solid.

Mr. Dupré: The answer that the government's priorities are different and they don't intend to make up the historical inequity that exists with regard to our orchestra.

Senator Massicotte: Even if the other orchestras receive a much higher percentage.

Mr. Dupré: Quite so.

Senator Massicotte: In fact, that isn't very logical.

Mr. Dupré: That is why I wanted to emphasize that aspect today. We have to take these realities into account.

Senator Massicotte: Thank you.

Mr. Dupré: My pleasure.

M. Dupré : Pour rétablir les faits, c'était notre première tournée internationale. On n'a pas fait de tournée nord-américaine encore. L'OSM a fait une tournée nord-américaine l'an passé, qui l'a amené à Washington. Je ne peux pas parler de ce que l'OSM reçoit comme financement. Toutefois, si on regarde les programmes actuellement en place, le niveau de financement ne serait pas différent. Il serait à la même hauteur qu'à l'heure actuelle, ce qui est un peu aberrant.

Le sénateur Massicotte : Quel est le pourcentage de vos revenus? Est-ce 6 p. 100 ou 3 p. 100?

M. Dupré : Pour l'Orchestre Métropolitain, on reçoit du Conseil des arts du Canada 3 p. 100 de tous nos revenus, contrairement aux autres grands orchestres du Canada qui reçoivent entre 8 p. 100 et 10 p. 100. C'est le point que je voulais soulever.

Le sénateur Massicotte : D'autres compagnies canadiennes reçoivent de 8 à 10 p. 100 et vous recevez 3 p. 100.

M. Dupré : Oui.

Le sénateur Massicotte : Quel était le pourcentage il y a cinq ou dix ans?

M. Dupré : C'était 1 p. 100. Avant l'an dernier, c'était 1 p. 100.

Le sénateur Massicotte : Il y a eu une augmentation importante, mais c'est encore très bas.

M. Dupré : Un taux de 2 p. 100, ce n'est pas grand-chose.

Le sénateur Massicotte : Quelle réponse vous donne le gouvernement? Vos arguments sont assez solides.

M. Dupré : On nous répond que les priorités du gouvernement sont différentes et ne prévoient pas le rattrapage historique d'une iniquité qui existe par rapport à notre orchestre.

Le sénateur Massicotte : Même si les autres orchestres bénéficient d'un pourcentage beaucoup plus élevé.

M. Dupré : Tout à fait.

Le sénateur Massicotte : Effectivement, ce n'est pas très logique.

M. Dupré : C'est pour cette raison que j'essayais de souligner cet aspect aujourd'hui. Il faut tenir compte de ces réalités.

Le sénateur Massicotte : Merci.

M. Dupré : Avec plaisir.

[*English*]

Senator Cordy: Thank you very much for coming before us today. I think it's important that we're discussing this, and it's good for Canadians who are listening that they hear these discussions.

One of the challenges that we've heard from previous witnesses and that you have reiterated today is the challenge that we have with visibility of artists, culture and arts in Canada, but particularly Canadians who travel outside of Canada.

Mr. Burnett, you spoke about Canada not being particularly good at self-promotion, and I would agree with you on that. You also said that few Canadian media outlets report on overseas Canadian achievements in the arts and culture field. We also heard from previous witnesses that Canadians who are receiving monetary awards or receive achievements outside of the country have great publicity in Europe, but it's barely covered, if covered at all, here in Canada, which is the home of the particular artist.

You spoke about additional funding and more focused funding and a different way of dealing with things, but do we need cultural attachés as we used to have at embassies?

Ms. Proucelle, I think your background in the arts and culture certainly has been very helpful to France and having your embassy here in Canada. As it seems to be now, it depends on the interests of the ambassador that happens to be situated. I believe Mr. Dupré or Ms. Proucelle spoke about the linkages that artists have with one another. We seem to be depending on the interests of the ambassadors and the linkages with the artists themselves rather than an overall Canadian government position of promoting the arts and culture.

Mr. Burnett: I can quickly answer the question about attachés. I worked in the 1970s and 1980s at McGill University. McGill was very active in attachés at that point and I was actively involved myself in that.

I can tell you that the cultural attaché system practised in France and, in particular, in Italy but also some other countries in Asia, is fundamental and a kind of ground on which the particular embassy can stand. There's an active interest by these various attachés both in the local culture they're living in and, then, how to connect people from Canada to it and vice versa.

[*Traduction*]

La sénatrice Cordy : Merci beaucoup d'avoir accepté notre invitation aujourd'hui. Je crois que c'est important d'en discuter; c'est une bonne chose pour les Canadiens qui nous écoutent d'entendre ces discussions.

L'un des défis que d'autres témoins nous ont mentionnés et que vous avez réitérés aujourd'hui est le problème que nous avons par rapport à la visibilité des artistes, de la culture et des arts au Canada et surtout des Canadiens qui se rendent à l'étranger.

Monsieur Burnett, vous avez mentionné que l'autopromotion n'est pas vraiment la force du Canada, et je suis d'accord avec vous. Vous avez également dit qu'un petit nombre de médias canadiens mentionnent les réalisations canadiennes à l'étranger dans les domaines des arts et de la culture. Nous avons également entendu de précédents témoins affirmer que les Canadiens qui reçoivent des récompenses en argent ou qui connaissent du succès à l'étranger jouissent d'une grande publicité en Europe, mais les médias canadiens n'en parlent pratiquement pas ou n'en parlent pas du tout, alors que ce sont des artistes canadiens.

Vous avez parlé de bonifier le financement, d'avoir des investissements plus ciblés et d'adopter une approche différente, mais je me demande si nous avons besoin d'attachés culturels dans les ambassades, comme c'était le cas par le passé.

Madame Proucelle, je crois que vos connaissances dans les arts et la culture ont certainement beaucoup aidé la France, de même que la présence de votre ambassade ici au Canada. Cela dépend maintenant apparemment des intérêts de l'ambassadeur en poste, et je crois que M. Dupré ou Mme Proucelle ont parlé des rapports qu'entretiennent entre eux les artistes. Nous semblons dépendre des intérêts des ambassadeurs et des rapports qu'entretiennent les artistes entre eux plutôt que d'une position générale du gouvernement canadien concernant la promotion des arts et de la culture.

M. Burnett : Je peux rapidement répondre à la question sur les attachés. J'ai travaillé dans les années 1970 et 1980 à l'Université McGill. L'établissement entretenait à cette époque des rapports étroits avec les attachés, et j'étais particulièrement actif dans le dossier.

Je peux vous dire que le système des attachés culturels utilisé en France et surtout en Italie et aussi dans d'autres pays asiatiques est essentiel et qu'il sert en quelque sorte de fondation sur laquelle peut s'appuyer l'ambassade. Ces divers attachés s'intéressent vivement à la culture où ils se trouvent et ils cherchent activement une manière d'établir des liens entre les Canadiens et cette culture et vice versa.

I think you're addressing a much broader and more profound issue we obviously don't tend to debate, and that is the internal lack of coherence in our cultural policies in terms of promotion and recognition. The example of the orchestre de Montréal is a good one in the sense that we don't stand by our own institutions.

What is paradoxical to me is that somewhere between 3 and 5 per cent of our GDP is actually in the creative sector and, if you bring in technology, that rises to 7 to 9 per cent. I say these as a range because Statistics Canada is so far behind in maintaining any kind of connection to the cultural activity in our country that we don't have current 2018 stats. In fact, on the Statistics Canada site, they rely on 2010 to 2015.

The overall level of cultural activity in a country from a GDP perspective suggests we are missing the boat with regard to what we can do at the trade level and the industry level, and we're also missing opportunities that many other countries have recognized, which is that culture is actually something that everyone can benefit from, both financially and, of course, from a cultural and human point of view.

I think we have a lot of work to do, but I'm very optimistic we can do it. There's a lot of talent around that can actually take advantage of this.

[*Translation*]

Ms. Proucelle: If I may, I would like to add that scientific, educational and economic cultural co-operation is a roadmap which the French government provides to every embassy, and it has done so for many years, as I pointed out.

In addition, a very good knowledge of the ecosystem of our own country is absolutely essential if we are to go forward to meet up with the ecosystems of other countries. That is what I wanted to add. Thank you.

[*English*]

Senator Cordy: Dr. Burnett, you spoke about culture in Canada being divided into regions. Could you expand on that? We did hear from Indigenous witnesses who spoke about there not being one Canadian culture and that there is, in fact, an Indigenous culture and a francophone culture. You've spoken about regional aspects of it. Is there what we'll call a Canadian culture, or is the Canadian culture made up, as Canada is, of a mosaic of a lot of people? We're not a melting pot. In fact, I think we respect cultural differences and respect the multicultural aspects of Canada. How do we export a Canadian culture overseas?

Je crois que vous abordez un enjeu beaucoup plus vaste et beaucoup plus profond dont nous n'avons évidemment pas tendance à débattre; il s'agit du manque de cohérence au pays de nos politiques culturelles en ce qui a trait à la promotion et à la reconnaissance. L'orchestre de Montréal en est un bon exemple dans la mesure où nous ne soutenons pas nos propres institutions.

Ce que je trouve pour le moins paradoxal, c'est que le secteur de la création représente environ de 3 à 5 p. 100 de notre PIB; si vous incluez les technologies, cela représente environ de 7 à 9 p. 100 du PIB. Je vous donne ces fourchettes, parce que Statistique Canada est tellement en retard dans ses données pour les activités culturelles au pays que nous n'avons pas les statistiques pour 2018. En fait, sur le site web de Statistique Canada, cela se fonde sur les données de 2010 à 2015.

L'importance de la contribution au PIB des activités culturelles dans un pays laisse entendre que nous passons à côté de la plaque en ce qui a trait à ce que nous pouvons faire du côté du commerce et de l'industrie; nous passons aussi à côté de belles occasions dont sont conscients de nombreux autres pays, c'est-à-dire que la culture peut profiter à tout le monde sur le plan financier et évidemment sur les plans culturel et humain.

Je crois que nous avons beaucoup de pain sur la planche, mais j'ai très bon espoir que nous pourrons y arriver. Il y a beaucoup de talents au pays qui peuvent vraiment en tirer profit.

[*Français*]

Mme Proucelle : Je me permets d'ajouter que la coopération culturelle scientifique, éducative et économique est une feuille de route que le gouvernement français donne à chaque ambassade, et cela, depuis de très longues années, comme je l'ai souligné.

D'autre part, la très bonne connaissance de l'écosystème de notre propre pays est absolument essentielle pour aller à la rencontre de l'écosystème de l'autre pays. C'est ce que je souhaitais préciser. Merci.

[*Traduction*]

La sénatrice Cordy : Monsieur Burnett, vous avez mentionné que la culture au Canada est divisée en régions. Pouvez-vous nous expliquer ce que vous voulez dire par cela? Nous avons entendu des témoins autochtones nous dire qu'il n'y avait pas une seule culture canadienne et qu'il y avait en fait une culture autochtone et une culture francophone. Vous avez parlé des éléments régionaux. Y a-t-il ce que nous appellerons une culture canadienne ou est-ce que la culture canadienne est, à l'instar du Canada, une mosaïque de nombreux peuples? Nous ne sommes pas un creuset. En fait, je crois que nous respectons les différences culturelles et les aspects multiculturels du Canada. Comment pouvons-nous exporter une culture canadienne?

Mr. Burnett: Well, that's a very important question and thank you for it.

Canada, to me, is defined in large measure by the tension between the regions and not by the similarities or homogeneity of our culture. Indigenous peoples are a good example of that tension. We have different kinds of approaches in different cultural contexts and different provinces and within the provinces themselves and in different regions as well.

Nonetheless, if we share a common Canadian goal, it would be to actually promote that diversity and to promote the harmony that Canada has developed among its regions and among its different culturally creative people. That harmony, which often doesn't exist in other countries, is something that we can stand up and say, "Hooray, look at what we've actually done." We've managed to figure out how to stay somewhat balanced and, sometimes less balanced, among all our differences. Those differences are represented by how our different cultural creators express themselves. It's a rainbow and should be done in a systematic fashion.

I think the problem is, first of all, we tend to define Canadian culture in a very limited way. As you can tell by how the French do it, they define it across a variety of different areas. Second, because of those limitations, we don't recognize the diversity and we don't know how to talk about it. We don't have enough going on, frankly, in the education system. It's a real systemic issue in the country that is actually teaching the history of culture in Canada.

I'll give you one concrete example. We just launched a Canadian design exhibition, and that is one of the first times in Western Canada that we've actually had an exhibition of Canadian design. This is cross-cultural, cross country and historical. The exhibit is on at the moment at Emily Carr. When I tried to get some press coverage of that in British Columbia, forget about that. I can't even get *The Globe and Mail*, which is presumably the national paper, to look at it.

So there's some kind of problem here about recognition, about understanding diversity and how it works, and understanding how our tools of communication and our various forms of social media need to be refocused — this is where government comes in — to express diversity across the country. I support that diversity and I want that diversity, but I don't think the world knows the extent to which we're actually very good at what we do.

The Chair: We've run out of time. We're actually a bit over. I want to thank our witnesses for coming. You've opened up a dialogue, and somewhere down the line we're going to have to

M. Burnett : Eh bien, c'est une question très importante. Je vous en remercie.

À mon avis, le Canada se définit en grande partie par la tension entre les régions et non par les similitudes ou l'homogénéité de notre culture. Les peuples autochtones sont un bon exemple de cette tension. Nous avons diverses approches selon les contextes culturels et les provinces et au sein même des provinces et des régions.

Néanmoins, si nous partageons un objectif commun au Canada, ce serait en fait de promouvoir cette diversité et l'harmonie que le Canada a développée entre ses régions et ses différents groupes de créateurs culturels. Cette harmonie, que nous ne retrouvons pas souvent dans d'autres pays, est quelque chose que nous pouvons faire valoir pour souligner ce que nous avons en fait réussi à accomplir. Nous avons trouvé le moyen de maintenir un certain équilibre, qui n'est pas toujours parfait, malgré toutes nos différences. Ces différences se manifestent par la façon dont nos divers créateurs culturels s'expriment. C'est un arc-en-ciel, et nous devrions le faire de manière systématique.

Premièrement, je crois que le problème est que nous avons tendance à définir la culture canadienne de manière très limitée. Comme vous pouvez le voir par la façon dont la France le fait, les Français définissent leur culture en fonction d'une variété de secteurs différents. Deuxièmement, en raison de ces limites, nous ne sommes pas conscients de la diversité et nous ne savons pas comment en parler. Le système d'éducation n'en fait honnêtement pas suffisamment en la matière. C'est un véritable problème systémique au pays pour ce qui est de l'enseignement de l'histoire de la culture au Canada.

Je vais vous donner un exemple concret. Nous venons tout juste de procéder au vernissage d'une exposition sur le design canadien, et c'est l'une des premières fois dans l'Ouest canadien que nous avons vraiment une exposition sur le design canadien. Cette exposition est interculturelle, pancanadienne et historique. Elle se trouve en ce moment à l'Université Emily Carr. Lorsque j'ai essayé d'avoir une certaine couverture médiatique pour cette exposition en Colombie-Britannique, c'était peine perdue. Je n'arrive même pas à convaincre le *Globe and Mail*, qui est censé être un journal national, de s'intéresser à l'exposition.

Il y a donc un certain problème au Canada au sujet de la reconnaissance et de la compréhension de la diversité et de la façon dont cela fonctionne, mais il y a aussi un problème de compréhension quant à la façon dont nous devons réorienter nos outils de communication et nos divers médias sociaux — et c'est là où le gouvernement intervient — pour exprimer la diversité au pays. J'appuie cette diversité et je veux cette diversité, mais je ne pense pas que le monde réalise à quel point nous sommes en fait très bons dans ce que nous faisons.

La présidente : Le temps est écoulé; nous avons même pris un peu plus de temps. Je remercie nos témoins de leur présence. Vous avez permis d'ouvrir un dialogue, et il faudra à un moment

answer the question: To what extent should we ask the Canadian government to define cultural diplomacy as opposed to the cultural community but, also, Canadians at large?

This is one of the issues that I think has almost created an allergy for governments to get into, and that, I think, is somewhat unique for Canada. I think other countries have it. It's been excellent to have the French example. They've approached their cultural diplomacy in their way, and it's instructive, and it's good to hear from Canadian sources who bring an element of pride in what you do to this committee. It has enlightened us. It has given the public an opportunity to hear from you, but I think you've given us even more to ponder so we may have to reach back to ask more questions of you. Thank you for being here today.

In our next panel, we have Mr. Alain Chartrand, General Manager and Artistic Director of Coup de cœur francophone. Welcome to the committee. We know that you've been told by our clerk our study is on cultural diplomacy. We're looking for your perspectives from your unique experiences. Thank you for accepting our invitation to come before us. If you have an opening statement, please proceed. Senators will then put questions to you.

[*Translation*]

Alain Chartrand, General Manager and Artistic Director, Coup de coeur francophone: First I want to thank the members of the committee for having invited me to testify in the context of this study. How can I contribute to this reflection, given that the topic is so broad? I can probably best do so by sharing my experience in the field, as regards the presentation of performances internationally.

My testimony will concern a specific artistic expression, which is French-language song. This is a popular art par excellence, as song brings us together and reflects our reality. Like a chameleon on a Scottish kilt, it adopts all of our patterns. It is the standard-bearer and accomplice of our accents and our culture, and the song will always be one of its most formidable guardians. As Gilles Vigneault said, it is "a pocket mirror."

To put my intervention into context, allow me to talk about history a little. After a rather prosperous period, francophone song experienced a difficult moment in the beginning of the 1980s. In an attempt to create opportunity where there was none, I participated in the creation of Coup de coeur francophone at that time; it was the first Montreal festival dedicated to francophone song. In November 2018, we will present the thirty-second edition of that festival.

donné répondre à la question suivante : dans quelle mesure devrions-nous demander au gouvernement canadien de définir la diplomatie culturelle par opposition à la communauté culturelle et aussi aux Canadiens en général?

Je sais que c'est l'un des enjeux auxquels les gouvernements sont pratiquement allergiques, et je crois que c'est quelque peu unique au Canada. Je pense que c'est également le cas dans d'autres pays. C'était excellent d'avoir l'exemple français. Les Français ont abordé à leur manière leur diplomatie culturelle, et c'est instructif; c'est bon d'entendre au comité des sources canadiennes qui vous font éprouver une certaine fierté par rapport à ce que vous faites. Cela éclaire nos réflexions. Votre présence a aussi donné à la population l'occasion de vous entendre, mais je crois que vous nous avez donné beaucoup de matière à réflexion. Nous devrons peut-être communiquer de nouveau avec vous pour vous poser d'autres questions. Merci d'avoir accepté notre invitation aujourd'hui.

Pour la prochaine partie, nous accueillons M. Alain Chartrand, directeur général et artistique de Coup de cœur francophone. Bienvenue au comité. Nous savons que la greffière vous a expliqué que notre étude porte sur la diplomatie culturelle. Nous cherchons à entendre vos points de vue par rapport à vos expériences particulières. Merci d'avoir accepté de témoigner devant le comité. Si vous avez un exposé, vous pouvez le faire. Les sénateurs vous poseront ensuite des questions.

[*Français*]

Alain Chartrand, directeur général et artistique, Coup de cœur francophone : Tout d'abord, je tiens à remercier les membres du comité de m'avoir invité à témoigner dans le cadre de cette étude. Comment pourrais-je alimenter cette réflexion, sachant que le sujet est vaste? Sans doute en partageant mon expérience sur le terrain, dans le domaine de la diffusion du spectacle sur la scène internationale.

Mon témoignage s'articule autour d'une expression artistique spécifique, soit la chanson francophone. Art populaire par excellence, la chanson nous ressemble et nous rassemble. Tel un caméléon sur une jupe écossaise, elle adopte tous nos motifs. Porte-étendard et complice des accents et de notre culture, la chanson sera toujours l'une des plus redoutables gardiennes. « C'est un miroir de poche », nous rappelle Gilles Vigneault.

Pour situer mon intervention, permettez-moi un petit retour en arrière. Après avoir connu une période plutôt faste, la chanson francophone connaît, au début des années 1980, un moment difficile. Soucieux d'inventer le vent lorsqu'il ne souffle pas, je participe alors à la création de Coup de cœur francophone, le premier festival montréalais consacré à la chanson francophone. En novembre 2018, nous présenterons notre 32^{e} édition de ce festival.

Thanks to the creation of its national network, the festival now tours in over 45 Canadian cities, at the heart of francophone communities. Based on a culture of alliances and partnerships, it aims to highlight the richness of this artistic expression by facilitating the movement of Canadian artists all over our territory.

Our international involvement goes back more than 20 years. Over the years, we participated in various initiatives aimed at encouraging the mobility of Canadian artists on the international scene, initiatives based on the principle of reciprocity and a shared common vision. As an example I would mention our participation in the Association des réseaux d'événements artistiques internationaux, AREA International, which includes France, Belgium, Switzerland and Canada, and whose mission consists in encouraging the movement of our artists in our different countries.

From 2006 to 2016, I had the privilege of chairing AREA, which is the largest group of presenters and programmers in the francophone space. I am mentioning that example to emphasize the importance of developing and maintaining communities of practice, both nationally and internationally. It is the very nature of networks to bring together organizations and actors who share a common vision and projects to make them a reality. Whatever the artistic expression, the chain that leads from creation to dissemination is made up of many stakeholders who work together so that the creation can reach the public.

In the area of international dissemination, one of the links in that chain is the structure that programs the artists, and this plays a crucial role in this regard. In developing a policy based on cultural diplomacy, it is important to consider ensuring the necessary resources for the development and maintenance of that ecosystem made up in particular of networks and communities of practice in Canada and abroad.

My experience has taught me that beyond the best protocols signed between partners, human relationships play a determining role in the success and sustainability of international collaborations. With regard to cultural diplomacy, I subscribe to the definition given by Cynthia P. Schneider, quoted in the report entitled *The Place of Arts and Culture in Canadian Foreign Policy* published in 2007 by the Canadian Conference of the Arts. It is the use of creative expressions and the exchange of ideas, information and persons to enhance mutual understanding. Allowing us to better understand each other is what culture, which represents people in a very singular way and brings them closer together, allows us to do.

In 2006, journalist Anne Richer, speaking about Coup de coeur francophone, wrote the following in the daily newspaper *La Presse*:

Grâce à la mise en place de son réseau national, le festival se déplace aujourd'hui dans plus de 45 villes canadiennes, au cœur des communautés francophones. Basé sur une culture d'alliances et de partenariats, il vise à mettre en valeur la richesse de cette expression artistique, en facilitant la circulation des artistes canadiens sur l'ensemble du territoire.

Notre implication sur la scène internationale remonte à plus de 20 ans. Au fil des ans, elle s'est traduite par la participation à différentes initiatives qui visent à favoriser la diffusion des artistes canadiens à l'international, initiatives basées sur le principe de la réciprocité et du partage d'une vision commune. Parmi elles, je donnerais l'exemple de notre participation à l'Association des réseaux d'événements artistiques internationaux, l'AREA International, qui regroupe la France, la Belgique, la Suisse et le Canada, et dont la mission consiste à favoriser la circulation des artistes sur les différents territoires.

De 2006 à 2016, j'ai eu le privilège de présider l'AREA, qui s'avère être le plus grand regroupement de diffuseurs et de programmateurs de l'espace francophone. J'évoque cet exemple pour mettre l'accent sur l'importance de développer et d'entretenir des communautés de pratique, tant sur la scène nationale qu'internationale. C'est la nature même des réseaux de réunir des organismes et des intervenants qui partagent une vision et des projets communs pour y arriver. Peu importe l'expression artistique, la chaîne qui mène de la création à la diffusion est constituée de plusieurs intervenants qui travaillent en interaction afin que la création atteigne le public.

Dans le domaine de la diffusion sur la scène internationale, un de ces maillons, soit les structures qui programment les artistes, joue un rôle de premier plan à ce chapitre. S'assurer d'offrir les ressources nécessaires au développement et au maintien de cet écosystème, constitué notamment de réseaux et de communautés de pratique entre le Canada et l'étranger, m'apparaît important à considérer dans l'élaboration d'une politique axée sur la diplomatie culturelle.

L'expérience m'a appris qu'au-delà des meilleurs protocoles signés entre les partenaires, les relations humaines jouent un rôle déterminant dans la réussite et la pérennité des collaborations à l'international. En ce qui a trait à la diplomatie culturelle, j'adhère à la définition qu'en donne Cynthia P. Schneider, citée dans le rapport intitulé *La place des arts et de la culture dans la politique étrangère du Canada*, publié en 2007 par la Conférence canadienne des arts. C'est l'utilisation d'expressions créatives et l'échange d'idées, d'information et de personnes pour favoriser la compréhension mutuelle. Permettre de mieux se comprendre, c'est ce que la culture, qui représente et rapproche les gens de manière bien singulière, permet de faire.

En 2006, à propos de Coup de cœur francophone, la journaliste Anne Richer écrivait ce qui suit dans le quotidien *La Presse* :

> This annual event devoted to francophone song succeeds where politics sometimes fail: it conveys francophone values from coast to coast.

This comment illustrates the impact of a cultural project on a community. If these values travel from one ocean to the other, they travel just as well from one continent to another.

In addition to supporting the development of networks of interests and communities of practice, the principle of reciprocity also contributes to creating effective strategy for cultural diplomacy. That reciprocity can be seen in our ability to welcome foreign performances in Canada. This is in part due to a political will to put in place programs that encourage that reception.

It also seems important to me that the foreign policy of the Canadian government in cultural matters, particularly with regard to the francophonie, takes provincial policies and regional initiatives into account, and does its best to align with them in order to optimize its impact. Sometimes our international counterparts lose their way in this.

In conclusion, as put forward in the document I quoted earlier, I would say that the representation of culture abroad can only be strong to the extent that Canadian culture is strong here. With regard to francophone song, the focus of my presentation, there is no doubt that in Canada it is strong in every way, and a foreign policy must take it into account. Thank you for your attention.

[*English*]

The Chair: Thank you. I have a list of senators. We will start with Senator Massicotte.

[*Translation*]

Senator Massicotte: Mr. Chartrand, thank you for having accepted to appear before the committee this morning, we appreciate your presence very much. You have a lot of knowledge and experience in the artistic domain. You gave us a definition of cultural diplomacy which is, I think, still very timely. In your opinion, what are the economic and social advantages of exporting Canadian culture? Do you have any more concrete examples that show that this has been very positive?

Mr. Chartrand: I think we have the ability of transmitting our reality and our imagination at the international level, thanks to the vision of different artists, and this is one way of ensuring that different countries can understand each other. Culture conveys a variety of values that belong to the country we inhabit, and in my opinion, it bears witness powerfully to what Canada represents on the international scene.

> L'événement annuel consacré à la chanson francophone a réussi là où la politique échoue parfois : transmettre des valeurs francophones d'un océan à l'autre.

Cette observation illustre l'impact d'un projet culturel sur une communauté. Si ces valeurs naviguent d'un océan à l'autre, elles naviguent tout aussi bien d'un continent à l'autre.

En plus du soutien au développement des réseaux d'intérêts et des communautés de pratique, le principe de réciprocité participe également à constituer une stratégie efficace pour la diplomatie culturelle. Cette réciprocité se traduit par notre capacité d'accueil du spectacle étranger au Canada. Celle-ci est en partie tributaire d'une volonté politique quant à la mise en place de programmes qui favorisent cet accueil.

Il m'apparaît également important que la politique extérieure du gouvernement canadien en matière culturelle, tout particulièrement à l'égard de la francophonie, tienne compte des politiques des provinces et des initiatives régionales, et qu'elle s'harmonise le mieux possible avec elles, afin d'optimiser son impact. Il arrive parfois que nos interlocuteurs à l'international s'y perdent.

En conclusion, tel qu'il a été avancé dans le document que j'ai cité précédemment, je dirais que la représentation de la culture à l'étranger ne peut être forte que dans la mesure où la culture canadienne l'est au pays. En ce qui concerne la chanson francophone, l'objet de mon intervention, il ne fait aucun doute qu'au Canada elle est forte de tous ses accents, et qu'une politique extérieure doit en tenir compte. Merci de votre écoute.

[*Traduction*]

La présidente : Merci. J'ai une liste de sénateurs. Le premier intervenant est le sénateur Massicotte.

[*Français*]

Le sénateur Massicotte : Monsieur Chartrand, merci d'avoir accepté de comparaître devant le comité ce matin, c'est très apprécié. Vous avez beaucoup de connaissances et d'expérience dans le domaine artistique. Vous nous avez donné une définition de la diplomatie culturelle qui, je pense, est toujours d'actualité. D'après vous, quels sont les avantages de l'exportation de la culture canadienne sur le plan économique et social? Avez-vous des exemples plus concrets qui démontrent que cela a été très positif?

M. Chartrand : Je pense que nous avons cette capacité de transmettre à l'international notre réalité et notre imaginaire grâce à la vision des différents artistes, et que c'est une façon de faire en sorte que les peuples puissent se comprendre. La culture véhicule des valeurs plurielles qui appartiennent au pays qu'on habite et, à mon avis, c'est un témoignage puissant de ce que représente le Canada à l'international.

Concretely, as far as I am concerned, on the ground we work a lot with several networks involved in presenting performances. There is thus a multiplier effect in working that way that means that when we position an artist on the international stage in the context of these networks, that artist can perform before a range of foreign presenters from different countries who can subsequently represent him or her.

Concrètement, en ce qui me concerne, sur le terrain, on travaille beaucoup avec plusieurs réseaux au niveau de la diffusion du spectacle. Il y a donc un effet multiplicateur à travailler ainsi qui permet de faire en sorte que, lorsqu'on positionne un artiste sur la scène internationale dans le cadre de ces réseaux, cet artiste puisse se produire devant un parterre de diffuseurs étrangers venant de différents pays qui peuvent par la suite le représenter.

Aside from that, I think that there is something universal in culture that reflects what we are and is a very effective way of painting a picture of Canadian society.

Après cela, je pense qu'il y a quelque chose d'universel dans la culture qui fait écho à ce qu'on est et, à mon avis, c'est une manière très efficace de brosser le portrait de ce qu'est la société canadienne.

Senator Massicotte: You speak of effectiveness, and you are very involved in the music field. There are different ways of communicating our image and our reality, be it through music or sport. Is music a more effective way than others of projecting our image?

Le sénateur Massicotte : Vous parlez d'efficacité, vous êtes très impliqué dans le domaine de la chanson. Il y a plusieurs moyens de communiquer notre image et notre réalité, que ce soit par la musique ou le sport. La chanson est-elle une façon plus efficace que les autres pour diffuser notre image?

Mr. Chartrand: All cultural expressions are effective. Song has the particular feature of being a popular art par excellence which travels light, which travels well and reaches everyone. Some of you are particularly fond of contemporary music or experimental theatre, which is not the case for everyone, as these are more esoteric arts. However, everyone likes song, everyone has a favourite. And when I say "popular art," I mean an art that reaches everyone in some way, which some more exclusive artistic disciplines do not do.

M. Chartrand : Toutes les expressions culturelles sont efficaces. La chanson a la particularité d'être un art populaire par excellence qui voyage léger, qui voyage bien et qui atteint tout le monde. Certains parmi vous aiment beaucoup la musique contemporaine ou le théâtre expérimental, ce qui n'est pas nécessairement le cas de tout le monde, car ce sont des arts plus recherchés. Par contre, tout le monde est abonné à la chanson, tout le monde a son petit air. Et quand je dis « art populaire », c'est un art qui rejoint tout le monde d'une certaine façon, ce que ne font pas certaines expressions artistiques qui sont plus exclusives.

Senator Massicotte: Thank you, Mr. Chartrand.

Le sénateur Massicotte : Merci, monsieur Chartrand.

[*English*]

[*Traduction*]

Senator Bovey: Thank you very much for being with us today. It is very interesting.

La sénatrice Bovey : Merci beaucoup d'avoir accepté notre invitation aujourd'hui. C'est très intéressant.

I particularly would like you to expand on the comment you made — I'm paraphrasing — that the arts are successful where politics have not been. I wonder if you can enlarge on that in terms of what role you think cultural diplomacy could be doing, going forward, to enhance the international understanding and economy of Canada.

J'aimerais particulièrement que vous nous expliquiez ce que vous vouliez dire lorsque vous avez mentionné — et je paraphrase — que les arts réussissent là où la politique échoue. Pouvez-vous nous en dire davantage en ce qui a trait au rôle que vous croyez que pourrait jouer la diplomatie culturelle pour renforcer la compréhension du Canada par les autres et stimuler notre économie?

[*Translation*]

[*Français*]

Mr. Chartrand: That is a vast question. A journalist from *La Presse* said that our initiative sometimes manages to achieve things politics cannot with regard to the francophonie. What is wonderful about the project we developed, in my opinion, is that we have managed to connect all of the francophone communities through a common project. Of course, that common project is music, and its dissemination throughout the country.

M. Chartrand : C'est une grande question. Une journaliste de *La Presse* disait que notre initiative arrive parfois à réaliser des choses que la politique ne peut faire, dans le contexte de la francophonie. Dans le cadre du projet qu'on a élaboré, ce qui est magnifique, selon moi, c'est qu'on a réussi à réunir toutes les communautés francophones autour d'un projet commun. Évidemment, ce projet commun, c'est la chanson, c'est la diffusion sur le territoire.

There's a common denominator in the expression of song, which also expresses the diversity of expression, accents and the history of each community, and this unites the Canadian francophonie around a common project created by a Quebec organization.

In the beginning, there may have been a certain lack of understanding with regard to what we were seeking to achieve by reaching out to all of our partners throughout Canada. It was a desire that was directly linked to the dissemination of song, but it allowed me, over the years, to get to know all of this diverse reality. There is a plural francophonie; just as no two songs are alike, no two francophonies are quite alike in Canada.

This work which has been done in Canada and has brought us together for more than 25 years in this network, this wealth of francophonie, helps us to create links with the different countries of the francophone space, under the theme of the francophonie. It is clear that it creates a corridor for circulation and reciprocal exchange with other countries internationally, around this little treasure that is the French language.

I could not tell you exactly how Canada can benefit from an economic or social point of view. However, I can tell you that this draws us together into a community that permits an exchange of values and allows us to paint a picture of these different communities.

[*English*]

Senator Bovey: Thank you for that. I think that's very positive and very worthwhile.

You did say that culture abroad — I can't remember the word you used, but you compared it with culture at home. Would you agree there are francophone musicians — I know there are anglophone musicians — who are better known outside of Canada than inside of Canada?

[*Translation*]

Mr. Chartrand: Do you mean Canadian artists?

Senator Bovey: Yes.

Mr. Chartrand: For music in general, for an artist to be able to succeed abroad, he must begin by having some success in Canada. That recognition often allows him to go abroad.

I would continue by saying that, in a very practical way, I have seen the perception colleagues on the international scene have of the Canadian francophonie, which was of course often strictly related to Quebec and Acadia. Our diversity, and the fact that the francophonie is present throughout Canada with its own particular flavours, is something our colleagues did not know.

Il y a un dénominateur commun de cette expression qui est la chanson, mais qui rejoint également la diversité des expressions, des accents et des histoires de chaque communauté, et le fait que cela réunit la francophonie canadienne autour d'un projet commun, qui est né d'un organisme du Québec, notamment.

Au début, il y avait peut-être une certaine incompréhension à savoir ce qu'on recherchait exactement en tendant la main à tous nos partenaires à travers le Canada. C'était une volonté carrément liée à la diffusion de la chanson, mais cela m'a permis, au fil des ans, de connaître toute cette réalité. Il y a une francophonie plurielle; tout comme il n'y a pas deux chansons pareilles, il n'y a pas deux francophonies tout à fait pareilles au Canada.

Ce travail, qui a été fait au Canada et qui nous unit depuis plus de 25 ans au sein du réseau, ce filon par rapport à la francophonie, nous aide à créer des liens avec différents pays de l'espace francophone, sous le thème de la francophonie. Il est clair que cela crée un couloir de circulation et d'échanges avec les autres pays à l'international autour de ce petit trésor qu'est la langue française.

Je ne pourrais pas vous dire exactement comment le Canada peut en bénéficier d'un point de vue économique ou social. Cependant, je peux dire que cela nous réunit autour d'une communauté qui permet aussi un échange de valeurs et qui permet de dresser un portrait de ces différentes communautés.

[*Traduction*]

La sénatrice Bovey : Merci de votre réponse. Je crois que c'est très positif et très utile.

Vous avez parlé de la culture à l'étranger, mais je ne me rappelle pas le mot que vous avez utilisé; vous l'avez comparée à la culture au pays. Convenez-vous qu'il y a des musiciens francophones — et je sais qu'il y a des musiciens anglophones — qui jouissent d'une plus grande renommée à l'étranger qu'au Canada?

[*Français*]

M. Chartrand : Vous parlez d'artistes canadiens?

La sénatrice Bovey : Oui.

M. Chartrand : Dans le domaine de la chanson, en général, pour qu'un artiste puisse rayonner à l'extérieur, il doit commencer par faire son bout de chemin au Canada. Cette reconnaissance lui permet souvent d'aller à l'étranger.

Je poursuivrais en disant que, de façon très pratique, j'ai constaté la perception des collègues à l'international quant à la francophonie canadienne, qui était évidemment souvent strictement associée au Québec et à l'Acadie. La diversité et le fait que la francophonie se décline à travers tout le Canada avec

I now see, particularly in the context of the networks we work with, all of the promotion that takes place around a francophone artist, whether he comes from Alberta or Manitoba, et cetera. The origin of the artist is really specified, and there is a small educational side for the foreign public which is brought to better understand the diversity of the Canadian francophonie.

Senator Bovey: Thank you. Is it true that several of our visual artists are well known outside of Canada, but not here?

Mr. Chartrand: I would say that the same is true for dance, and in several other domains as well. But with regard to music in particular, it seems very rare that an artist who is not well known here explodes on the international scene.

Senator Bovey: This was very interesting. Thank you very much.

Senator Cormier: Madam Chair, first I want to say that my comment will not be objective, because I am very familiar with the Coup de cœur francophone. I am aware of the strength of this network, I know its outreach, and in my previous life, I took part in many activities of Coup de cœur francophone. And so I wanted to say that from the outset, to disclose that I have some in-depth knowledge of the capacity of this organization to create networks here in Canada and also internationally.

My question is the following, and it's not a trick question, Mr. Chartrand. One gets the impression to some extent that Coup de coeur francophone does not need the Canadian diplomatic apparatus to function, because it functions well thanks to its robust networks, and launches solid international activities that are successful in their outreach. First, does the Canadian political or diplomatic apparatus contribute to your activities? If so, does it have an impact? And if it does not, what difference could the presence of embassies, attachés and political representatives in other countries make for your network?

Mr. Chartrand: I think there are two parts to your question. On the one hand, without necessarily talking about cultural diplomacy, the ability to export Canadian culture is also related to the existence of programs that make that possible. Where music is concerned, Canadian Heritage is quite active, as is Musicaction. We have seen this over the past 20 years, and I am thinking in particular of Musicaction, which put in place programs that were very specific to francophone communities, in a context where there was a music industry in Quebec, but not necessarily outside of Quebec. There, there are community groups.

ses particularités, c'est quelque chose que nos collègues ignoraient.

Je remarque maintenant, notamment dans le cadre des réseaux avec lesquels nous travaillons, toute la communication qui se fait autour d'un artiste francophone, qu'il vienne de l'Alberta ou du Manitoba, et cetera. La provenance de l'artiste est vraiment bien spécifiée, et il y a un petit côté éducatif pour le public de l'étranger qui, ainsi, comprend mieux la diversité de la francophonie canadienne.

La sénatrice Bovey : Merci. Ai-je raison de dire que plusieurs des artistes visuels sont bien connus à l'extérieur du Canada, mais pas ici?

M. Chartrand : Je vous dirais que c'est semblable dans le domaine de la danse, et dans plusieurs autres domaines, d'ailleurs. En ce qui a trait à la chanson particulièrement, il m'apparaît très rare qu'un artiste qui n'a aucun rayonnement ici connaisse une explosion sur la scène internationale.

La sénatrice Bovey : C'était très intéressant. Merci beaucoup.

Le sénateur Cormier : Madame la présidente, je tiens tout d'abord à dire que ne serai pas objectif dans mon commentaire, puisque je connais extrêmement bien Coup de cœur francophone. Je connais la force de ce réseau, je connais son rayonnement, j'ai abondamment participé, dans ma vie précédente, à des activités de Coup de cœur francophone. Je veux donc bien situer cela au départ pour préciser que j'ai une profonde connaissance à la fois de la capacité de cet organisme d'entrer en réseau ici, sur le territoire canadien et, ensuite, sur la scène internationale.

Ma question est la suivante, et je ne veux pas vous coincer, monsieur Chartrand. On a un peu l'impression que Coup de cœur francophone n'a pas besoin de l'appareil diplomatique canadien pour fonctionner, parce qu'il fonctionne aisément, qu'il a établi des réseaux solides et qu'il lance des activités à l'international qui sont solides et qui rayonnent. D'abord, est-ce que l'appareil politique ou diplomatique canadien est présent à vos activités? Le cas échéant, est-ce que cela a un impact? Et s'il ne l'est pas, quelle différence pourrait avoir pour votre réseau la présence des ambassades, des attachés et des représentants politiques dans d'autres territoires?

M. Chartrand : Je perçois deux volets à votre question. D'une part, sans nécessairement parler de diplomatie culturelle, la capacité d'exporter la culture au Canada est aussi liée à la mise en place de programmes qui le permettent. Au niveau de la chanson, Patrimoine canadien est assez actif, tout comme Musicaction. On l'a vu, au cours des 20 dernières années, et je pense notamment à Musicaction qui a mis en œuvre des programmes très précis qui s'adressaient aux communautés francophones dans un contexte où on parle d'une industrie musicale qui existe au Québec, mais pas nécessairement à

With regard to cultural diplomacy, I might refer to various partnerships we have to produce events that provide visibility, either contact events or events that gather the entire market in an area. I'm thinking, for example, of the Biennale internationale du spectacle that is held in Nantes over two days, every two years in January. There is an exercise that takes place there under the management of the Government of Canada, in co-operation with the Government of Quebec, on a rotational basis. Both entities co-operate with the Société nationale de l'Acadie, as was the case the last time, or with the Government of Ontario.

The pooling of these resources also means the pooling of diplomatic resources, which are present on site and work together. It is important that the work be done in harmony, because Canada develops programs, just like Quebec and Acadia do as well. At a certain point, it is a good idea to have these programs converge in order to have maximum impact.

To reply to your question on cultural diplomacy, yes, the presence and the participation of the Embassy of Canada or the Quebec delegation really contributes to encouraging the exposure of Canadian artists abroad. I cited that event as a very specific example, but there are several events of that type that take place in other areas as well. With regard to music, there is metal, songs with lyrics, et cetera. There are different networks. There is no doubt that cultural diplomacy plays a role, and if it did not, there would not be as many possibilities for the positioning of our artists.

Senator Cormier: If you had to put in place a program to bring together the actors you just spoke of, what would the three priorities of that program be?

Mr. Chartrand: I don't know if I would put a program in place, but I would certainly organize a meeting. This is, of course, something all of the actors do so that they can speak with a common voice. When I said that sometimes, international actors get lost, I meant that over the course of my experience, which goes back to the time when my hair was brown, I sometimes got the impression that there was a small "war of flags" going on. I must admit that my international colleagues could sometimes be confused by this.

It is quite normal for Quebec to create its own programs, and for Canada to do so as well. We are familiar with the enthusiasm of the Société Nationale de l'Acadie with regard to positioning, but I think that we have to harmonize our efforts as much as possible. I don't think there should be one single overarching program. We have to let each province and culture have some leeway to decide how they want to position themselves on the

l'extérieur du Québec. Ce sont plutôt des mouvements associatifs.

Par rapport à la diplomatie culturelle, je ferais peut-être allusion à des projets qu'on mène avec différents partenaires dans le cadre d'événements qui offrent une visibilité, soit des événements contacts ou des événements qui regroupent tout le marché sur un territoire. Je pense, par exemple, à la Biennale internationale du spectacle qui se tient à Nantes pendant deux jours, tous les deux ans en janvier. Là, il y a une opération qui se fait, qui est menée par le gouvernement du Canada en collaboration avec le gouvernement du Québec et en rotation. Les deux organismes collaborent notamment avec la Société Nationale de l'Acadie, comme cela a été le cas la dernière fois, ou avec le gouvernement de l'Ontario.

La mise en commun de ces ressources, c'est aussi la mise en commun des ressources diplomatiques, qui sont présentes sur place et travaillent ensemble. Il est important que le travail se fasse en harmonie, parce que le Canada élabore des programmes, tout comme le Québec et l'Acadie. À un moment donné, il y a intérêt à faire converger ces programmes pour avoir un maximum d'impact.

Pour répondre à votre question sur la diplomatie culturelle, oui, la présence et la participation soit de l'ambassade du Canada ou de la délégation du Québec contribuent réellement à favoriser l'exposition des artistes canadiens à l'étranger. Je donne un exemple bien précis qui était cette manifestation, mais il existe plusieurs manifestations de ce genre qui se déclinent dans différents créneaux aussi. Lorsqu'on parle de chanson, il y a le métal, la chanson à texte, et cetera. Il y a des réseaux différents. Chose certaine, oui, la diplomatie culturelle y joue un rôle et, si elle ne s'y impliquait pas, il n'y aurait pas, à mon avis, autant de possibilités de positionnement.

Le sénateur Cormier : Si vous deviez mettre en place un programme qui réunissait les acteurs dont vous venez de parler, quelles seraient les trois priorités de ce programme?

M. Chartrand : Je ne sais pas si je mettrais en place un programme, mais j'organiserais certainement une réunion. Cela se fait évidemment entre tous les acteurs pour qu'ils puissent parler d'une même voix. Quand je disais que, parfois, les interlocuteurs à l'international s'y perdent, au fil de mon expérience qui date de l'époque où j'avais les cheveux bruns, il m'est arrivé d'avoir l'impression qu'il y avait une petite guerre des drapeaux. J'avoue que nos collègues à l'international s'y perdent.

Il est tout à fait normal aussi que le Québec élabore ses propres programmes. Le Canada le fait aussi. On connaît l'effervescence de la Société Nationale de l'Acadie quant au positionnement, mais je pense qu'il faut au maximum harmoniser les efforts. Je ne crois pas qu'un seul programme doive chapeauter le tout. Il faut laisser la latitude à chacune des provinces et des cultures de décider comment elles veulent se

international scene. But in the final analysis, when a francophone musical artist performs in a showcase event or a large-scale event, he remains a Canadian artist who does have the particular quality of coming from one region or another.

Briefly, I want to say that I listened to the intervention of the previous witness who talked about diversity and the difficulty of connecting all of that. I work in France a great deal. In France, when you come from Toulouse or Lille, yes, there is a francophone culture, but each area has its distinct features. The French are very attached to their specific features. And so, of course, in our country of vast spaces, we find it quite normal that we have different accents and characteristics, but we are all united by the fact that we express ourselves in French.

Senator Cormier: Thank you. I want to take this opportunity to thank Mr. Chartrand for his incredible work and his sense of humour, which he did not manifest often today, but which is one of his great qualities. Thank you, Mr. Chartrand.

[*English*]

The Chair: We've been talking about how to put Canada and its culture or cultures as part of our foreign policy. We did hear one perspective, that perhaps the best way to do it is to increase the number of exchanges, at whatever level — professional, amateur, what have you — with other countries, artist to artist, and that international understanding will grow from that and Canada will be able to prosper from that, that that's the way to approach it rather than trying to get a brand of Canada out there.

Do you have any reflections on the exchange is the value and therefore it is not what Canada is trying to project; it's understanding that the other country also profits and learns, and it's a mutual understanding and a mutual growth?

[*Translation*]

Mr. Chartrand: It is worthwhile to have many exchanges among artists, of course, and we have to understand that there are different types of artistic expression. There are theatrical co-productions, and there can be collaborations in the visual arts. This is certainly interesting, but I'll go back to what I was saying and mention that the chain that goes from creation to dissemination, that is to say the meeting between the artist or his production and the public, involves various stakeholders. We can have very many meetings among artists, but when it comes to music, this remains an interesting human form of exchange.

In my opinion, that is not necessarily what will give Canadian artists the opportunity to perform on the international stage. There are many other stakeholders, and that is to some degree the gist of my intervention. I am talking about the networks of

positionner sur la scène internationale. Mais en fin de compte, quand un artiste de la chanson francophone se présente dans un événement vitrine ou dans le cadre d'une grande manifestation, il demeure un artiste canadien qui a cette particularité de provenir d'une région ou d'une autre.

Rapidement, j'entendais l'intervention du témoin précédent qui parlait de la diversité et de la difficulté à réunir tout cela. Je travaille beaucoup en France. En France, quand on vient de Toulouse ou de Lille, oui, il s'agit d'une culture francophone, mais chacune a ses particularités. Les Français sont très attachés à leurs particularités. Donc, évidemment, nous, dans notre pays des grands espaces, il est tout à fait normal que nos divers accents aient leurs particularités, mais tout en étant unis autour d'une expression qui se fait en français.

Le sénateur Cormier : Je vous remercie. Je profite de l'occasion pour remercier M. Chartrand de son incroyable travail et de son sens de l'humour, qu'il n'a pas beaucoup manifesté aujourd'hui, mais qui est l'une de ses grandes qualités. Merci, monsieur Chartrand.

[*Traduction*]

La présidente : Nous parlons de la façon d'inclure le Canada et sa culture ou ses cultures dans notre politique étrangère. Nous avons entendu une possibilité, et c'est que la meilleure manière serait peut-être d'accroître le nombre d'échanges d'artistes à tous les échelons — professionnel, amateur, et cetera — avec d'autres pays et que cela permettrait d'améliorer la compréhension internationale et que cela permettrait au Canada de générer de la prospérité. Ce serait la manière d'aborder la question plutôt que d'essayer de diffuser une image de marque du Canada.

Qu'en pensez-vous? Croyez-vous que la valeur se trouve dans les échanges et que ce n'est par conséquent pas ce que le Canada essaie de projeter? Il faut comprendre que l'autre pays en profite aussi et acquiert des connaissances; cela se veut une compréhension et une croissance mutuelles.

[*Français*]

M. Chartrand : Multiplier les échanges entre artistes, évidemment, et il faut comprendre qu'il y a différents types d'expression artistique. Il y a des coproductions au théâtre, il peut y avoir des arrimages pour les arts visuels. C'est certainement intéressant, mais je reprendrais un peu mon propos en disant que la chaîne qui mène de la création à la diffusion, c'est-à-dire la rencontre entre l'artiste ou sa production et le public, implique différents intervenants. On aura beau multiplier les rencontres entre artistes, mais, dans le cas de la chanson, cela restera un échange humain intéressant.

À mon avis, ce n'est pas nécessairement ce qui pourra donner la possibilité aux artistes canadiens d'avoir accès à un public sur la scène internationale. Il y a beaucoup d'autres intervenants, et c'est un peu le cœur de mon intervention. Je parle des réseaux de

show programmers. The artists may create, but how does their creation get in front of an audience? As I said, from a human perspective, this type of meeting is of course interesting. In certain areas, for instance, in alternative rock, that principle is the basis of co-operation.

I was talking about reciprocity. As an example, a French team may say, "We are going to work with these artists and this group, we will invite them to be the opening act for our tour, and in exchange, in Canada, we will do the same thing." I have experienced reciprocity, and I have witnessed it in certain communities. I'm thinking in particular of our friends in Wallonia-Brussels. For some years, they have had the impression that there is a deficit in terms of circulation. They feel that there are more opportunities for a Canadian artist to perform in Belgium than the opposite. As for the public, this reciprocity is important to allow these exchanges between the two communities.

Since I was asked to take part in this discussion, I have heard this question about Canada's image and the tools related to foreign policy. Artistic expression is a universal form of expression. This is where countries eventually get to know each other better and to understand each other. In my opinion, artistic expression cannot be used as an element of propaganda. We have to encourage a natural mobility to arrive at a mutual understanding and a meeting of common values. We have to let things flow naturally. We can't put a framework around artistic expression to turn it into a propaganda tool.

[*English*]

The Chair: That's a good note to end on, one that we'll keep in mind as an admonition that we should not be crossing over to a line of the government inappropriately utilizing our cultural capacities in Canada. Thank you for the work you do, but also thank you for your reflections here before the committee.

Senators, I presume we will not have a meeting next week, but it is all in the hands of the leaders as to how long we are here. If we don't meet again, I wish everyone a pleasant break, refreshing moments with families and otherwise, and that we come back with renewed vigour to complete this study.

(The committee adjourned.)

programmeurs de spectacle. La création est là, mais comment arrive-t-elle à atteindre le public? Comme je vous l'ai dit, du côté humain, il est sûr qu'il y a un aspect intéressant à ce type de rencontres. Dans certains domaines, par exemple, dans le milieu du rock alternatif, ce principe est à la base de la collaboration.

Je parlais de réciprocité. À titre d'exemple, une équipe française dira : « On va travailler avec ces artistes et cette équipe, on l'invitera à faire la première partie de notre tournée et, en échange, au Canada, on fera la même chose. » J'ai vécu la réciprocité et j'en ai été témoin dans certaines communautés. Je pense notamment à nos amis de Wallonie-Bruxelles. Depuis quelques années, ils ont l'impression qu'il y a un déficit en termes de circulation. Selon eux, il y a plus de possibilités pour un artiste canadien de se produire en Belgique que le contraire. Quant au public, cette capacité de réciprocité est importante pour permettre l'échange entre les deux communautés.

Depuis qu'on m'a demandé de participer au débat, j'entends toujours cette question de l'image du Canada et des outils liés à la politique extérieure. On est dans un domaine universel d'expression artistique. C'est là que les peuples, éventuellement, vont mieux se connaître et se comprendre. À mon avis, l'expression artistique ne peut pas être utilisée comme un élément de propagande. Il faut favoriser une circulation naturelle pour arriver à une compréhension mutuelle et à une rencontre des valeurs communes. Il faut donc laisser couler la rivière. On ne peut pas encadrer l'expression artistique pour en faire un outil de propagande.

[*Traduction*]

La présidente : C'est une bonne note pour clore nos discussions, mais nous garderons ce commentaire à l'esprit comme un avertissement que nous devrions éviter que le gouvernement utilise de manière inappropriée nos ressources culturelles au Canada. Merci de votre travail et merci également de votre témoignage devant le comité.

Mesdames et messsieurs les sénateurs, je présume que nous n'aurons pas de réunion la semaine prochaine, mais ce sont les leaders qui décideront si nous resterons ici encore longtemps. Si jamais nous n'avons pas d'autres réunions, je vous souhaite à tous de profiter de votre pause bien méritée et de vivre de beaux moments en compagnie de votre famille et des autres. Après une pause revigorante, nous reviendrons terminer notre étude.

(La séance est levée.)

WITNESSES

Thursday, June 7, 2018

As individuals:

The Right Honourable Adrienne Clarkson (by video conference);

Susan Peterson d'Aquino, Member of the Board of Directors, The National Arts Centre Foundation.

Fédération culturelle canadienne-française:

Martin Théberge, President;

Marie-Christine Morin, Director General.

The Glenn Gould Foundation:

Roger Garland, President, Board of Directors;

Brian M. Levine, Executive Director.

KoSA Music:

Aldo Mazza, Founder and Artistic Director.

Pôles magnétiques, art et culture:

Esther Charron, Co-Founder and President (by video conference).

Thursday, June 14, 2018

Orchestre Métropolitain:

Jean R. Dupré, President and CEO.

Embassy of France to Canada:

Brigitte Proucelle, Cultural and Scientific Counsellor.

Emily Carr University of Art and Design:

Ron Burnett, President and Vice-Chancellor (by video conference).

Coup de cœur francophone:

Alain Chartrand, General Manager and Artistic Director.

TÉMOINS

Le jeudi 7 juin 2018

À titre personnel :

La très honorable Adrienne Clarkson (par vidéoconférence);

Susan Peterson d'Aquino, membre du conseil d'administration, La Fondation du Centre national des Arts.

Fédération culturelle canadienne-française :

Martin Théberge, président;

Marie-Christine Morin, directrice générale.

La Fondation Glenn Gould :

Roger Garland, président, Conseil d'administration;

Brian M. Levine, directeur général.

KoSA Music :

Aldo Mazza, fondateur et directeur artistique.

Pôles magnétiques, art et culture :

Esther Charron, cofondatrice et présidente (par vidéoconférence).

Le jeudi 14 juin 2018

Orchestre Métropolitain :

Jean R. Dupré, président-directeur général.

Ambassade de France au Canada :

Brigitte Proucelle, conseillère de coopération et d'action culturelle.

Université d'art et de design Emily Carr :

Ron Burnett, président et vice-chancelier (par vidéoconférence).

Coup de cœur francophone :

Alain Chartrand, directeur général et artistique.

Available on the Internet: http://sencanada.ca

Disponible sur internet : http://sencanada.ca